

Magdalena Zdrowska

KRAKOWIANIE USIECIOWIENI

Obudziłem się nagle w Barcelonie
Pan Jasio nerwowo roznosił piwo
Jak zwykle nie wydając reszdy

Galaretka, wieprzowa, z octem
Przesła się ze strachem tymczasem
Ze przy drugim stoliku
Pod oknem usiadł donosiciel

Siedziałem z Wojtkiem Ballonem
Który wciąż chciał wyjechać z Barcelony
Marzyły mu się góry wiecznie żywe
Gdzie bliżej do nieba
Ale coś go trzymało przy piwie

Potem przyszedł Andrzej
Ze Zbyszkiem i Jurkiem Gzella
Uśmiechali się stygająco

Wtedy jeszcze mieliśmy
Paszporty do młodości
Takie radosne

Uchwycenie węzłów oraz przepływów informacji w miejskiej przestrzeni to próba zarejestrowania praktyk kulturowych, które są powszechne i na poziomie codziennego funkcjonowania wydają się oczywiste. Takie badanie obejmuje jednak jednocześnie działania, motywacje i aktywności będące trudno uchwytnymi skrawkami codzienności. To percepcja plakatów mijanych w czasie miejskich spacerów, urywków kulturalnych zapowiedzi w autobusowej telewizji, zaproszeń na wydarzenia i spotkania udostępnianych przez znajomych na Facebooku, zasłyszanych w kolejce recenzji. Wszystko to tworzy sferę informacyjną wprowadzającą w wachlarz dostępnych aktywności kolejne możliwości spędzenia wolnego czasu. Spośród nich część jest realizowana bez wątpliwości, część po negocjacjach ze znajomymi. Część zostanie odrzucona, część zaś zapomniana. Jak z tego gąszczu danych wybierane są te, z których skorzystamy? Jakie są motywacje owych wyborów? W jaki sposób w pęczniejącej od nadmiaru infosferze wydeptywane są indywidualne ścieżki, które pozwalają szybko i skutecznie zorientować się w ofercie miasta? Z punktu widzenia projektowania procesu badawczego najistotniejsze jest jednak pytanie:

w jaki sposób owe praktyki zbadać, jak je uchwycić i wydobyć z wibrującej przestrzeni codziennej krzątanimy – także informacyjnej?

Aparatem, który wydaje się najczulszym i najbardziej precyzyjnym instrumentem w analizach codzienności, jest etnografia. Miętkość i brak sztywnego skodyfikowania czynią ją narzędziem z łatwością dopasowującym się do niezwykle różnorodnych problemów badawczych. W badaniu miejskich informacyjnych węzłów i przepływów danych etnografia, z jej nastawieniem na proces, chwywanie dynamiki codziennego funkcjonowania, śledzenie trajektorii praktyk rozgrywających się w czasie oraz przestrzeni, a jednocześnie programową otwartością na to, co przyniosą badania empiryczne, wydaje się najlepszym wyborem metodologicznym.

Ten niezwykle różnorodny, heterogeniczny paradygmat dysponuje technikami wrażliwymi na skrawkowe, amorficzne w swej naturze ludzkie doświadczenie, takimi jak wywiad czy flagowy okręt etnografii: obserwacja uczestnicząca. Na tej właśnie technice zdecydowaliśmy się oprzeć cały projekt badawczy.

OBSERWACJA UCZESTNICZĄCA

Poznanie przez praktykę i partycypację jest bodaj najstarszą oraz najbardziej fetysyzowaną techniką współczesnej etnografii. Niewolna od barier i ograniczeń, jest ona narzędziem umożliwiającym doświadczanie praktyk i zachowań w ich naturalnym kontekście. Pozwala zyskać wgląd w funkcjonowanie społeczności w sposób nieporównywalny z laboratoryjnymi z ducha ankietami, sondażami czy nawet wywiadem. Znosi bowiem wielokrotną translację (kwestionariusza, ankiety), odrzuca wyabstrahowane z codzienności warunki komunikacyjne. Pozwala dostrzec rzeczywistość, ludzi i ich zachowania bez interpretacyjnych filtrów samych badanych.

Kluczem do powodzenia obserwacji uczestniczącej jest figura badacza-obszernika. Może on wobec badanych fenomenów zajmować pozycję zewnętrzną, być przybyszem z zewnątrz, który przechodzi przez kolejne stadia wchodzenia w grupę, by w końcu osiągnąć poziom ekspercki pozwalający na nieobciążoną błędem niezrozumienia obserwację poczyną jej członków. Badacz może także rekrutować się z samej badanej grupy, startując w procesie badawczym jako insi-

der. Jedną z osi projektu było porównanie wzorów miejskiej aktywności młodych mieszkańców miasta oraz seniorów. Z tych właśnie dwóch grup wiekowych zrekrutowano po dziesięciu badaczy, których zadaniem była autoetnograficzna obserwacja własnych poczyną w informacyjnej i fizycznej przestrzeni miasta. Badacze reprezentujący grupę młodych użytkowników miasta rekrutowali się spośród studentów i doktorantów Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz Akademii Górniczo-Hutniczej. W rekrutacji badaczy-seniorów wspomógł nas Dom Kultury Podgórze. Znacząca liczba badaczy jest związana z tą niezwykle prężnie działającą instytucją, co niewątpliwie wpłynęło na intensywność i rodzaj wskazywanych przez nich wydarzeń kulturalnych.

Zarówno w przypadku młodych badaczy, jak i seniorów nie sposób mówić o jakiegokolwiek reprezentatywności. Na pewno nie są to typowi przedstawiciele swoich grup wiekowych, a ich praktyki kulturowe nie są charakterystyczne dla populacji Krakowa – nie taki był bowiem cel badań. Badania w ramach naszego projektu nie były ukierunkowane na reprezentatywność i nie jest ona także wymogiem etnografii. Celem bowiem nie było zmapowanie uczestnictwa w kulturze całej populacji

Krakowa, lecz uchwycenie poszczególnych typów praktyk oraz motywacji i wartości z nimi związanych.

Badacze mieli gromadzić notatki dotyczące informacji o wydarzeniach i inicjatywach, jakie do nich docierają, wraz ze źródłem owych danych, losami otrzymanych informacji – czy zakończyły się udziałem w wydarzeniu, odrzuceniem oferty lub jej zignorowaniem. Chcieliśmy także wiedzieć, czy i z jakich powodów dzielono się informacją z innymi. Opis ów miał być uzupełniany rejestrem motywacji, praktyk negocjacyjnych, które towarzyszyły rozwijaniu (bądź nie) informacji w doświadczenia. Otwarte i nieskrępowane narracje badaczy pozwoliły także uzyskać jeden z docelowych formatów etnografii – postulowany przez Clifforda Geertza opis gęsty¹. Poprzez autonarracyjne opowieści zespołu badaczy udało się uchwycić nie tylko wyabstrahowane z codzienności formy użytkowania kultury w mieście, ale także towarzyszące im praktyki negocjacyjne, motywacje, procesy negocjowania znaczeń i indywidualnego oraz kolektywnego planowania czasu wolnego.

Obserwacja uczestnicząca (podobnie jak pozostałe techniki, którymi dysponuje etnografia) to sytuacja, w której sam obserwator (w naszym przypadku dwudziestu obserwatorów) pełni funkcję instrumentu badawczego. Filtruje on rzeczywistość kulturową i społeczną przez własną percepcję, emocje, sieć powiązań, sympatii oraz preferencji. Ta niezwykle zindywidualizowana perspektywa badawcza pozwoliła uzyskać wgląd w kulturalne życie dwudziestu mieszkańców – a także na coś więcej. Badacze, obok aktywności autoobserwacyjnej, mieli również prowadzić obserwację swojego środowiska – rodziny, przyjaciół i znajomych. Odgrywali rolę obserwatorów insiderów, którzy zapewnili badawczy dostęp do kilkunastu, niejednokrotnie przecinających się, nieformalnych kręgów mieszkańców miasta, a taki wgląd jest możliwy jedynie dzięki długotrwałemu i osobistemu zaangażowaniu w proces badawczy w konkretnym środowisku. Z jednej strony zagwarantowało to wielość perspektyw, z drugiej zaś spełniło postulowany przez Geertza warunek wiedzy lokalnej² – silnie skontekstu-

1 C. Geertz, *Interpretacja kultur. Wybrane eseje*, przeł. M.M. Piechaczek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005.

2 C. Geertz, *Wiedza lokalna. Dalsze eseje z zakresu antropologii interpretatywnej*, przeł. D. Wolska, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005.

alizowanej i dającej dostęp do szerokiego spektrum zakotwiczonych w lokalnym „tu i teraz” praktyk kulturowych; praktyk, które najczęściej nie są ujawniane w sondażach i ilościowych badaniach dotyczących uczestnictwa w kulturze. Chodziło tutaj o działania, które przez swoją oczywistość wchodzą w obręb wiedzy milczącej³, krążącej w sposób niejawnny, trudny do zwerbalizowania w czasie wywiadów czy wychwycenia w kwestionariuszach ankiet. Pozwoliło to na dotarcie do wiedzy, o którą trudno bez praktyki i partycypacji.

Ów lokalnie zorientowany, gęsty i autonarracyjny opis został uzupełniony o wywiad, kolejną sztandarową praktykę badawczą etnografii. Obserwacje uczestniczące w przypadku grupy młodych badaczy zdecydowaliśmy się rozszerzyć o wywiady indywidualne. Każdy z młodych obserwatorów przeprowadził przynajmniej jeden wywiad z wybranym przez siebie respondentem – osobą, którą ocenił jako aktywnie i różnorodnie uczestniczącą w życiu kulturalnym miasta. Wywiady miały zestandaryzowany charakter i opierały się na wspólnym dla wszyst-

kich badaczy kwestionariuszu. Ich celem było poszerzenie bazy materiałowej, jak również uzyskanie kolejnych punktów widzenia. Podobny cel miały wywiady zogniskowane prowadzone przez koordynatorów projektu z czterema grupami respondentów: osobami odpowiedzialnymi za miejską politykę kulturalną; grupą, którą określiliśmy mianem kuratorów treści (mieścili się tutaj także dziennikarze mediów głównego nurtu); z grupą animatorów kultury; grupą organizatorów wydarzeń, które w znaczący sposób zaistniały w notkach naszych badaczy, oraz dwa wywiady z użytkownikami miasta: młodymi i seniorami.

Poszukiwanie informacji – niezależnie od tego, czy poszukujemy nowego aparatu fotograficznego, lokum na wakacje czy repertuaru kin na piątkowy wieczór – jest procesem rozgrywającym się na różnych platformach. Część owej aktywności odbywa się offline, gdy pytamy o radę doświadczonych znajomych bądź profesjonalistów w agencji podróży czy branżowym sklepie. Część zaś rozgrywa się w sieci – na Facebooku, internetowych forach czy tematycznych stronach. By uchwycić ową wielomedialność praktyk kulturowych związanych z funkcjonowaniem w kulturowej przestrzeni miasta

3 M. Polanyi, *Personal Knowledge. Towards a Post-critical Philosophy*, Routledge, London 1974.

oraz na poziomie metodologii oddać jej wielomodalność, zdecydowaliśmy się na hybrydyzację metod badania. Zostały one zaprojektowane w taki sposób, by uchwycić zarówno „tradycyjne”, jak i nowomiedialne sposoby poszukiwania i negocjowania treści oraz by na poziomie metodologii oddać ich charakter. W tym celu tradycyjny, etnograficzny paradygmat badawczy wzbogaciliśmy o netnograficzny komponent.

PRZECIWKO DUALIZMOWI CYFROWEMU

Etnografowie, podobnie jak inni przedstawiciele dyscyplin humanistycznych, bardzo ostrożnie uwzględniali nowe media w swoich projektach badawczych oraz w swej refleksji nad współczesną kulturą i codziennością. Powodem były nie tylko powolność i swoiste zapóźnienie badaczy wobec tego, co dzieje się poza akademią, ale również próba uniknięcia technologicznego determinizmu w analizie relacji między człowiekiem i społeczeństwem a technologią. Ów opór zaczął być przełamywany, gdy nowe technologie na stałe zagościły w pejzażu zainteresowań i metod humanistyki. Mimo to nadal można obserwować zarówno w dyskursie publicystycznym, jak i akademickim coś,

co amerykański socjolog Nathan Jurgenson⁴ nazywa dualizmem cyfrowym, a więc konsekwentnym, zaprzeczającym współczesnemu doświadczeniu codzienności rozgraniczaniem tego, co „realne”, i tego, co „wirtualne”. Popularny, publicystyczny, ale i akademicki dyskurs dotyczący nowych technologii wyrósł z figury dycho-
tomicznego, wyłączającego rozróżnienia świata realnego oraz cyberprzestrzeni. Owo przekonanie o doskonałej rozłączności rzeczywistości realnej i wirtualnej, na którym bazowała (i w dużej mierze nadal bazuje) lwią część teoretycznej refleksji nad współczesnością, sięga korzeniami początków lat 80. XX wieku. Wtedy to

4 N. Jurgenson, *Digital Dualism and the Fallacy of Web Objectivity*, <http://thesocietypages.org/cyborgology/2011/09/13/digital-dualism-and-the-fallacy-of-web-objectivity/> (data dostępu: 10.09.2012); tenże, *Digital Dualism versus Augmented Reality*, 2011, <http://thesocietypages.org/cyborgology/2011/02/24/digital-dualism-versus-augmented-reality/>, 2011 (data dostępu: 16.08.2012); tenże, *Toward Theorizing an Augmented Reality*, <http://thesocietypages.org/sociologylens/2009/10/05/towards-theorizing-an-augmented-reality/>, 2011 (data dostępu: 23.09.2012); tenże, *When Atoms Meet Bits: Social Media, the Mobile Web and Augmented Revolution*, „Future Internet” 2012, nr 4 (1), s. 83–91.

lenoil.pl

STRÖER

8510108

KOKO KOKO
EURO NIE JEST SPOKO

OPIEKA SPOŁECZNA
SZKŁBA ZDROWIA
RENTY I EMERYTURY

KULTURA I OŚWIATA
MIESZKAŁNIETWO
TRANSPORT PUBLICZNY

10CZERWCA.EU

CHLEBA ZAMIAST 1GRZYSK

dla domów
z pomysłem

zaczęły się pojawiać pierwsze (dziś już kanoniczne) konceptualizacje dotyczące nowego fenomenu: kultury cyfrowej. Po-
 lem refleksji była z jednej strony literatura cyberpunkowa, z drugiej zaś pierwsze kulturoznawcze teksty akademickie opisu-
 jące i analizujące nowe technologie.

Na gruncie kultury popularnej kanonicznym tekstem wyznaczającym obecne do dziś zręby myślenia o fenomenach cyfrowych była twórczość Williama Gibsona, a szczególnie *Burning Chrome*. To w tym opowiadaniu z 1982 roku po raz pierwszy pojawia się termin „cyberprzestrzeń”, który na stałe zagościł w słowniku współczesności. Jednak to powieść *Neuromancer* z roku 1984 stała się dla kultury popularnej tekstem kanonicznym, kształtującym powszechne wyobrażenie o tym, czym jest cyberprzestrzeń⁵. Termin ten, spopularyzowany przez Bruce’a Sterlinga, przeniknął do powszechnej świadomości, stając się znakiem rozpoznawczym cyberpunku. Cyberprzestrzeń jawi się w tym paradygmacie jako sfera całkowicie rozdzielna i paralelna wobec rzeczywi-

stości fizycznej, uwalniająca kowbojów konsoli z mięsa ciała.

Na gruncie refleksji akademickiej podobny nurt wyznaczyli teoretycy virtualności, w tym w swych wpływowych pracach jedna z pierwszych teoretyczek i badaczek cyfrowej rzeczywistości antropologa i etnografa – Sherry Turkle, związana z Massachusetts Institute of Technology. Badaczka podejmuje się, zgodnie z antropologicznym paradygmatem, opisu i analizy roli nowych technologii w codzienności człowieka; technologie te konsekwentnie jednak – poczynając od pierwszej części swojej technologicznej trylogii – konceptualizuje jako przestrzeń odrębną od sfery fizycznej, jako niezależne uniwersum.

Taką optykę Turkle przyjmuje w opartej na etnograficznej metodologii pracy *The Second Self: Computers and the Human Spirit*⁶ z 1984 roku. *The Second Self* miała dla naukowej refleksji nad kulturą cyfrową podobne znaczenie jak *Neuromancer* dla cyberpunku. Amerykańska badaczka wyznaczyła pewien paradygmat postrzegania relacji między rzeczywistością fizyczną a wirtualną oraz figury człowieka

5 Jedną z pierwszych wizualizacji przestrzeni wirtualnej pojawiła się w adaptacji opowiadania Williama Gibsona *Johnny Mnemonic* (1995) w reżyserii Roberta Longa.

6 S. Turkle, *The Second Self: Computers and the Human Spirit*, MIT Press, Cambridge 2005 (pierwsze wydanie: 1984).

użytkownika rozszczepionego na dwie równoległe sfery: społecznego funkcjonowania oraz tożsamościowej realizacji. Już sam tytuł sugeruje rozdwojenie podmiotu, swoiście schizofreniczną sytuację, jaką generuje technologia. Pojawienie się na przełomie lat 70. i 80. XX wieku nowych technologii zachęciło autorkę do pewnej redefinicji ludzkiego sposobu myślenia, pamięci oraz rozumowania, które konfrontuje z figurą maszyny. Komputer jako nowy obiekt zachęcił zaś do redefinicji tego, co ludzkie. Choć zmiany w ludzkim myśleniu o sobie autorka przedstawia z dużą dozą optymizmu, w jej pracy odczuwalny jest lęk przed przysłaniającym prawdziwe problemy zatraceniem się w świecie maszyn.

Podobna wizja wyziera z wydanego dekadę później *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*⁷. Jakkolwiek Turkle skupia się w tej publikacji nie tyle na relacjach użytkowników z komputerami, ile na zapośredniczonych przez technologię relacjach międzyludzkich, to nadal – opisując podmiot w sieci – przywołuje kategorię równoległego życia

w wirtualnej rzeczywistości. Ta ostatnia jest konceptualizowana jako forma miejsca (*place*) i choć autorka wskazuje na erozję granic między rzeczywistością fizyczną a cyfrową w doświadczeniach użytkowników, to znów klucz pozwalający rozszyfrować i opisać owo doświadczenie dobiera tak, by nie zakłócić wizji opartej na cyfrowym dualizmie. Pomimo werbalnych deklaracji nie postrzega technologii jako stałego elementu potoczności jej użytkowników, tworzy natomiast konstrukt zatowiszowanej, nieciągłej tożsamości. Wskazuje na pewną nieprzystawalność funkcjonowania podmiotu na ekranie i poza nim. Jej zdaniem, działalność jednostki odbywa się w dwóch osobnych przestrzeniach, a co za tym idzie, tożsamość podmiotu jest skazana na ciągłe fluktuacje pomiędzy dwiema substancjalnie odmiennymi sferami. Taki sposób rozumienia relacji między doświadczeniem off- i online w dużej mierze zdeterminował etnografię sieci (czy szerzej: badania społeczne w internecie), która lwia część swej metodologicznej refleksji poświęca omówieniu, opisaniu i przededefiniowaniu kategorii terenu. Aktywność podmiotu w sieci (czy wobec nowych mediów w ogóle) jest obciążona – literacką w swej proveniencji – metaforą miejsca i przestrzeni. Oto do cyber-

7 S. Turkle, *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, Simon & Schuster, New York 1997.



OPEN-AIR

POLSKA

FESTIWAL INNY NIŻ WSZYSTKIE!

LET IT ROLL

ZAŁEW NAKŁO CHECHŁO, TARNOWSKIE GÓRY

10. - 11. 8. 2012

CZWÓRKA MAIN STAGE

LONDON ELEKTRICITY • DANNY BYRD
ED RUSH & OPTICAL • APHRODITE
MATRIX & FUTUREBOUND • METRIK
AUDIO • B-COMPLEX

SUPPORT TOM ENCORE • ONE WAY • GRUESOME • BIFIDUS AKTIF • SUKI • PETE

THERAPY SESSIONS STAGE

THE PANACEA • LIMEWAX • THE SECT
ROBYN CHAOS • COUNTERSTRIKE
FORBIDDEN SOCIETY • SWITCH TECHNIQUE

SUPPORT ZOMBIE • DUBSKNIT AKA RICHARD MURDER • NEUROPUNKS NŁONE & UPALNY
PARANOIA DSTR & ADAMFORMAT • KRZYKU • MOPTRON & ZENON • STHS • M4Y4 & RUDEBOY • CHOCOLATE LOLLIPOPS

BILETY DOSTĘPNE NA ticketportal.pl ORAZ muno.pl MORE INFO WWW.LETITROLL.PL

CZWÓRKA
POLSKIE BAZO



muno.pl

POPMRG

Don't Panic

Soundrive

Kluboterapii.pl

[ticketportal](http://ticketportal.pl)

skatshop.pl

BREAK

freestyle

rowerowo.pl

Grain

WCE

DOT

Klubowa

tiny

SNOWBOARDOWE.PL

EMMAC

skatshop.pl

LAIF

SNOWBOARDOWE.PL

WISCIART

przestrzeni się wchodzi, tak jak wchodzi się do budynku czy na plac, ulicę, i w taki sam sposób się ją opuszcza. Metafora miejsca nie pozwala bowiem na rozpatrywanie obecności użytkownika w dwóch przestrzeniach jednocześnie. Przestrzeń fizyczną podmiot opuszcza, by wejść do internetu, tak jak wychodzi z domu, by znaleźć się na ulicy. Nie może przebywać w obydwu tych miejscach jednocześnie. Ten sposób postrzegania człowieka w relacji z technologią / nowymi mediami / internetem nie oddawał złożoności doświadczenia użytkownika nowych mediów bodaj nigdy, a tym mniej współczesne praktyki użytkownicze ery mediów mobilnych. Pomimo swojej nieprzystawalności do relacji człowiek–technologia model ten zdominował jednak praktyki badawcze. Niezmiernie rzadko badano w ramach jednego projektu rzeczywistość on- i offline. Badacze skupiali się albo na „realnych”, albo „wirtualnych” aspektach doświadczenia człowieka (relacjach międzyludzkich, języku...). Optymizm, z jakim Turkle opisywała relacje ludzie–technologia w *The Second Self*, jest w późniejszej książce wyraźnie mniej odczuwalny. Autorkę niepokoi traktowanie rzeczywistości fizycznej na równi z wirtualną przez niektórych respondentów. Co więcej, dla części z nich życie online jest bardziej satysfakcjonujące niż „real”.

Dychotomia, której źródeł można się doszukiwać zarówno na gruncie kultury popularnej, jak i refleksji akademickiej, niesie z sobą poważne konsekwencje ontologiczne i epistemologiczne dotyczące badania praktyk codziennych. Jedną z nich jest rozłączne – a w konsekwencji binarne i opozycyjne – traktowanie rzeczywistości i wirtualności. W tej binarnej opozycji po stronie rzeczywistości mieszczą się takie jakości, jak społeczeństwo, cielesność oraz realność. Rzeczywistość jest więc sferą działania sił społecznych, na przykład władzy, ideologii. Tutaj rozgrywają się relacje podrzędności i hegemonii. Słowem, to w „realnej” rzeczywistości zachodzą wszystkie znaczące dla podmiotu i jego kondycji relacje. Co więcej, jest to sfera, w której podmiot jest obecny ciałem, poprzez swoje własności, takie jak wiek, płeć, etniczność, determinujące i społeczną, interakcyjną kondycję podmiotu. Fizyczność i „atomowość” rzeczywistości utożsamiane są więc z prawdą – w tym prawdą relacji społecznych czy „prawdziwością” podmiotowych tożsamości. Cyberprzestrzeń / internet tymczasem łączą się z takimi pojęciami, jak technologia (w miejsce społeczeństwa), świadomość (w miejsce ciała) i wirtualność (w miejsce realności). Cyfrowy dualizm z jednej strony ułatwia,

z drugiej uprawomocnia obrazowanie świata online jako domeny oderwanej od przestrzeni społecznych relacji. Jawi się ona jako sfera rządzona nie naturalnymi zasadami międzyludzkich interakcji, ale nowymi prawami mediatyzowanego trwania, w którym bezcielesne awatary, emanacje nieskrępowanej, wolnej od społecznych norm i zakazów tożsamości, nawet nie tyle się komunikują, ile samotniczo dryfują po oceanie informacji i danych. Cyberprzestrzeń i utożsamiony z nią internet na zasadzie opozycji wobec prawdziwej rzeczywistości jawią się jako sfera nieprawdy, sztuczności. Miejsce dowolnej kreacji, w której podmiot być może ma większą wolność, ale i większe czekają nań zagrożenia. Tak zarysowana przestrzeń mediów cyfrowych była interpretowana zarówno przez pisarzy, jak i badaczy w dwóch skrajnych, opozycyjnych – równie nieprawdziwych – perspektywach.

W wersji pesymistycznej wirtualność była rejonem niebezpiecznego zerwania z zakorzenioną w rzeczywistości i ciele tożsamością. Jawiła (jawi) się jako sfera zagrażająca porządkowi i bezpieczeństwu swobody w samokreacji. W wersji optymistycznej cyberprzestrzeń i warunki, jakie zapewnia, są szansą na wolność od boleśnie

doświadczanych w rzeczywistości relacji władzy i dominacji. W tym ujęciu cyberprzestrzeń jest sferą doskonałej demokratyzacji relacji społecznych, w których zdanie wszystkich użytkowników liczy się tak samo, w której każdy z nich, niezależnie od statusu czy odgrywanych społecznych ról, ma równy dostęp do wspólnej przestrzeni dyskursywnej. Ten technoentuzjastyczny ton pobrzmiewa w większości wydawanych w Polsce prac dotyczących kultury cyfrowej, skupiających się na kulturze uczestnictwa, globalnej współpracy internautów i zmierzchu elitarystycznej kultury ekspertów.

Wbrew pierwotnym przewidywaniom i oczekiwaniom wirtualność sieci nie uwolniła nawigujących w niej podmiotów od bolączek rzeczywistości. Cyberanonimowość nie jest anonimowością totalną, cyberrzeczywistość nie jest wolna od struktur władzy, ideologii czy zachowań opresyjnych znanych w rzeczywistości. Ciało jest czymś więcej niż bytem biologicznym – jest także konstruktem kulturowym, którego nie pozbywamy się w internecie. Doświadczenie nowych mediów i ich miejsca w codziennych praktykach użytkowników przeczy jednak koncepcji dwóch oddzielnych światów – szczególnie w dobie mediów społecznych.

Doskonale obrazują to takie zjawiska, jak tzw. Arabska Wiosna czy zachodni Occupy Movement. Czy rozmowa ze znajomym przez komunikator internetowy nie jest „prawdziwa”? Czy nie jest elementem „realnej” relacji? Badania użytkowników Facebooka wskazują na znaczącą przekładalność siatki „wirtualnych” przyjaciół na „realne” środowisko, z którym wchodzi się w regularne, bezpośrednie kontakty. Rzeczywistość offline oraz przestrzeń online są z sobą splecione w doświadczeniu codzienności współczesnego człowieka w sposób uniemożliwiający pełen jego opis bez odwołania się do obydwu tych sfer. Dualizm cyfrowy, ugruntowany przez ponad dwie dekady akademickiego dyskursu o cyfrowości, przekłada się także na praktyki badawcze tych uczonych, którzy decydowali się na empiryczne (a nie jedynie teoretyczne) rozważania nad cyberprzestrzenią, w sposób niemal przyległy utożsamioną z internetem.

Nawet jeśli na poziomie deklaratywnym trudno badaczom temu zaprzeczyć, to na poziomie metodologicznym najczęściej obydwie sfery są konceptualizowane i badane całkowicie odrębnie, a i inicjowane badania często ograniczają się albo do sfery realnej, albo cyfrowej (jak rozliczne analizy Second Life, portali społeczności-

wych, czatów czy forów). Rzadko kiedy w jednym projekcie badawczym usiłuje się łączyć pełne kontinuum doświadczenia współczesnej codzienności. Narzędziem, które może ułatwić zmianę perspektywy, jest netnografia – metoda nierozdzielnie łącząca badania sieci (e-teren) z tradycyjnym terenem klasycznych badań empirycznych etnografii. Próby zaaplikowania tradycyjnych technik etnograficznego postępowania badawczego podejmowane są od dwudziestu lat, od czasu wspomnianych już pionierskich prac Sherry Turkle *The Second Self: Computers and the Human Spirit* (1984), *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet* (1995), która nie próbowała jeszcze skodyfikować etnografii sieci w osobny paradygmat. Stosunkowo niedawno metoda etnograficznych badań w sieci zyskała jednak szerszy oddźwięk. Stało się tak między innymi za sprawą badań prowadzonych przez Roberta Kozinetsa oraz jego głośnej podręcznikowej pozycji *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*⁸ z 2010 roku. W książce tej Kozinets zbiera dotychczasowe rozważania na temat metodologii badań terenowych w sieci, prezentując jednocześnie pod marką netnografii spój-

8 R.V. Kozinets, *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*, Sage, London 2010.

FEST
SHOC



gōā dupā 2012

20-22 Ipcā

KILLERWATT LIVE! (New Records - UK)
THEORY LIVE! (New Records - UK)
AUNLO LIVE! (New Records - UK)
CHAMPA LIVE! (D.E. Records - UK)
MCOWNALL LIVE! (Majesty Records UK/Spy
& many more on 2 stages



www.facebook.com/goadupa

011 - Legalize in Berlin!

anparado.de

ną propozycję metody pracy w e-terenie. Nie jest przypadkiem (jakkolwiek paradoksalne może się to wydawać), że etnografia zostaje wprowadzona do analizy mediów cyfrowych nie przez etnologa czy antropologa, ale przez specjalistę od badań nad kulturą konsumpcji. Badania offline w tym obszarze – w zasadzie niepodjęte na szeroką skalę przez antropologów – zostały zaanektowane przez nauki o zarządzaniu jako tania i wydajna alternatywa dla kosztownych jakościowych badań konsumentskich. Marketingowy „filtr” nie zmienił podstawowych założeń i praktyk etnografii, uwrażliwił jednak procedurę badawczą na konieczność ewaluacji i weryfikacji (której praktycznie jedyną formą w klasycznej etnografii są badania porównawcze).

Projekt Kozinetsa obejmuje netnografię jako wyspecjalizowaną odmianę etnografii zaadaptowanej do zbierania materiału w specyficznej, mediowanej przez komputer sferze społecznej i kulturowej⁹. Kozinets podkreśla silnie partycypacyjny charakter badań prowadzonych w sieci, a podstawową techniką badawczą czyni obserwację uczestniczącą w e-terenie, gdzie źródłem danych, poddawanych antropologicznej analizie fenomenów

9 Tamże, s. 1.

kulturowych, jest mediowana przez komputer komunikacja. Kanadyjski badacz znacząco poszerza jednak instrumentarium dostępne netnografowi, zaznaczając, że ze względu na asymilacyjny charakter tego formatu badań w jego ramach mieszczą się takie techniki, jak wywiad, analiza dyskursu, analiza semiotyczna czy antropologia wizualna. Ogromną zaletą netnografii, jak również etnografii, z której się wywodzi, jest, jak pisze Kozinets¹⁰, naturalność. Ze względu na swój charakter, typ badawczej aktywności, a także rodzaj zbieranych danych bliska jest codziennym praktykom kulturowym i społecznym – z których wydatnie korzysta. Jest to szczególnie istotne z punktu widzenia metodologii projektu, która zakładała praktyki autoobserwacyjne oraz po części autobiograficzny charakter działalności badaczy. Jest to także praktyka badawcza skrojona na potrzeby analizy naturalnie i swobodnie zachodzących w sieci zdarzeń i obecnych w niej społeczności – takich, jakie rozgrywają się kręgach znajomych, jakie – uczestnicząc w nich – obserwować mieli zrekrutowani przez nas badacze.

Netnografia jest projektem metodologicznym dostarczającym narzędzi oraz

10 Tamże, s. 56.



Muzeum Sztuki Współczesnej w Krakowie
ul. Lipowa 4

www.mocak.pl

Serdecznie zapraszamy wszystkich,
którzy pragną odświeżyć swój rower!

W trakcie akcji będzie można:

- pomalować swój rower
- odwzorować na ramie specjalnie przygotowane szablony
- przynieść lub stworzyć na miejscu swój własny szablon
- posłuchać dobrej muzyki

Wystarczy przyjechać na swoim rowerze! Na uczestników czekają
specjalne zniżki w MOC AK Café i w ekobistro Papuamu.

Wstęp wolny. Materiały zapewnia firma MOTIP DUPLI.

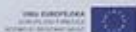
Miastem MOC AK są:



Partnerzy MOC AK to:



Projekt utworzenia Muzeum Sztuki Współczesnej w Krakowie był współfinansowany przez Unię Europejską w ramach
Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007-2013.



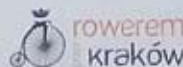
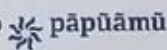
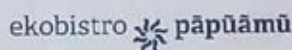
Sponsor wydarzenia



Partnerzy medialni



Partnerzy



reCYCLING

czyli

wspólne malowanie rowerów

na początek wakacji

30.6.2012

godz. 12-17

MOC AK, ul. Lipowa 4 (Zabłocie)

strategii badania i analizy społeczności internetowych, obejmującym cały wachlarz sieciowych zachowań kulturowych i komunikacyjnych. Ów partycypacyjny, charakter, silnie nastawiony zarówno na uczestnictwo oraz kontekst, jak i wagę figury badacza, doskonale korespondował z formułą etnografii, którą zaaplikowaliśmy do badania kultury miejskiej. Wbrew naszym obawom etnograficzna formuła obserwacji, która znakomicie sprawdziła się w przypadku młodych badaczy, nie wykluczyła seniorów. Wprawdzie oczekiwania wobec grupy studenckiej w o wiele większym stopniu uwzględniały jej aktywność w sieci, niemniej także seniorzy okazali się sprawnymi internautami, którzy w swoich wycieczkach po mieście i przygotowaniach do nich korzystali nie tylko ze źródeł offline. Decyzja o zaangażowaniu wirtualnej odmiany etnografii była jednak podyktowana nie tylko wymogiem przedmiotu badania i faktem, że część poddawanych analizie aktywności prowadzona jest w sieci. To także deklaracja zespołu badawczego przeciwko dualizmowi cyfrowemu. W przypadku projektu „Kultura miejska – węzły i przepływy” rozróżnienie na praktyki offline i online (i dwa różne poziomy ich badania) jest czysto operacyjne. Już sama dystynkcja na etno- i netnografię oznacza nieodzwierciedlający

rzeczywistych praktyk codzienności podział na to, co realne / prawdziwe i wirtualne / nieprawdziwe – na poziomie codziennych aktywności obydwie te sfery są splecione w nierozzerwalną całość, co często pokazywały notki uczestników badania.

Medialna hybrydowość praktyk komunikacyjnych i kulturowych wydawała się pewnikiem w odniesieniu do młodych badaczy, których można już zaliczyć za Johnem Palfreyem i Ursem Gasserem¹¹ do pokolenia cyfrowych tubylców (*born digital*) – ludzi, dla których nierozzerwalne w codziennym doświadczeniu splecenie sfer off- i online jest doświadczeniem natywnym (co jednak nie oznacza automatycznie szerokiej kompetencji w tym zakresie). Pewnych pęknięć spodziewaliśmy się w przypadku osób z grupy seniorów, jednak nasz projekt przeczy klasycznemu podziałowi na technologicznie kompetentnych młodych i e-wykluczonych seniorów. Do codziennych, hybrydowych praktyk badaczy rozgrywających się off- i online odwoływały się nie tylko aktywności badawcze. Także dostarczanie materiału miało „netnograficzny” charakter. By na bieżąco

11 J. Palfrey, U. Gasser, *Born Digital. Understanding the First Generation of Digital Natives*, Basic Books, New York 2008.

kompletować raporty z obserwacji badaczy (oraz mobilizować ich do regularnej pracy w terenie i e-terenie), założono projektowy blog udostępniany całemu zespołowi badawczemu, także koordynatorom projektu, na którym w formie postów zamieszczane były notatki zarówno z obserwacji uczestniczących ciągłych, jak i comiesięcznych wyjść „w teren”. Praktyka blogowania (czy mikroblogowania, z którą *de facto* mamy do czynienia na Facebooku) jest immanentną formą ekspresji w dobie nowych mediów, założyliśmy więc, że ułatwi to badaczom dostarczanie raportów oraz będzie naturalną konsekwencją zasadzonej na wykorzystywaniu codziennych praktyk strategii badawczej.

Był to jednak moment, w którym silnie ujawniły się różnice w kompetencji technologicznej badaczy, a przede wszystkim różnice pomiędzy dwiema kulturami w zakresie korzystania z mediów. O ile dla młodych badaczy praktyka blogowania nie była ani nowością, ani technologicznym wyzwaniem, o tyle nie wchodziła w repertuar oswojonych praktyk codzienności wśród seniorów. Tym ostatnim umożliwiliśmy więc naturalne dla nich formy rejestrowania swoich obserwacji i metody dostarczania ich. Dla części z nich najswobodniejszą i najdogodniejszą formą zdawania relacji

z pracy były pisane ręcznie dzienniki, będące wszak formą prototypową wobec blogów. Można powiedzieć, iż ten element badań dobrze pokazał, że choć często mamy do czynienia z nieciągłością technologii (co podkreśla narracja o „rewolucji cyfrowej” czy innych „rewolucjach technologicznych”), to jest dostrzegalna pewna ciągłość praktyk w obrębie radykalnie odmiennych technologii. Dzienniki te regularnie od badaczy zbieraliśmy i digitalizowaliśmy. Dla większości seniorów nie tylko akceptowalnym, ale i swobodnym sposobem zapisu i przekazywania notatek okazała się jednak poczta elektroniczna. Otrzymane w e-mailach notatki dodawaliśmy na projektowego bloga obok notatek młodych badaczy. Decyzja o gromadzeniu obserwacji w postaci bloga była niewątpliwym ułatwieniem w zarządzaniu materiałem, który od razu udostępniany był w formie elektronicznej, ułatwiającą przeszukiwanie go. Sami badacze zwrócili jednak uwagę na nieco obciążającą obecność notatek pozostałych uczestników projektu, które z jednej strony determinowały kształt ich własnych narracji, z drugiej stymulowały ich własne praktyki kulturowe. Z notatek innych badaczy dowiadywali się o wydarzeniach i inicjatywach, które później włączali we własne praktyki uczestnictwa w kulturze. Podczas podsumowującego spotkania z młodymi badaczami oraz seniorami



9 godz. temu ·

✓ Lubisz to!

wolny rower słusznie prawi :)

zapraszamy na pokazy w poniedziałek i wtorek oraz w środę (Niedziela w piekle | A Sunday in Hell)



Wolny rower: Rowerem wolno jechać do kina

wolnyrower.blogspot.com

Nie lubię · Dodaj komentarz · Udostępnij

👍 Ty i inne osoby (6) lubicie to.



Kino Pod Baranami tutaj więcej informacji dot. pokazów filmów o transporcie:

<http://ibikekrakow.com/2012/06/08/bezplatne-pokazy-filmow-o-transporcie-w-kinie-pod-baranami/>



Bezpłatne pokazy filmów o transporcie w Kinie pod Baranami

ibikekrakow.com

wyższa kultura mobilności

9 godz. temu · Lubię to!



Kino Pod Baranami tutaj info o pokazie NIEDZIELI W PIEKLE: <http://www.facebook.com/events/326785114064142/>



NIEDZIELA W PIEKLE (A Sunday in Hell) - pokaz dokumentu o wyścigu rowerowym Paryż-Roubaix (1976)

Środa, 18:30 w Kino Pod Baranami

Dołącz

9 godz. temu · Lubię to!



rowerem wolno jechać do kina, ale akurat Pod Baranami wiszą jakieś zakazy i nie można go nigdzie przypiąć :P proszę o konsekwencję jak jesteście tacy pro :P

9 godz. temu · Lubię to! 2



Kino Pod Baranami Kino gości w Pałacu i jest podporządkowane Pałacowym zasadom.. Większość z nas jeździ na rowerach - przypinamy na parkingu na Rynku Głównym (obok Kina, pod policją)..

8 godz. temu · Lubię to!



rozumiem, że to nie do końca od was zależy, ale stojacek na podwórku dałby radę :) sam przypinam zwykle do pierwszej wolnej latarni na rogu św Anny

8 godz. temu · Lubię to!



Kino Pod Baranami niestety, nie możemy zainstalować stojaczka na podwórku, więc polecamy parking, latarnie i słupki..

8 godz. temu · Lubię to!



ja parkuję codziennie pod policją i gra.

5 godz. temu · Lubię to!

ar Panahi, Mojtaba ...

wolny rower... - Moz...

Pobieranie plików

obserwacje f

WYSTAWA FOTOGRAFII
MAXA KADAWSKIEGO

wernisaż
31 maja, godz. 20:30
w Semper Felix
Klub Ludzi Szczęśliwych
Kraków, ul. Bożego Ciała 9

Muminki w sibro
wtorek, 03.07, godz. 19:30



Czytanie książki przez aktorów Sceny 21
Projekcja serialu oraz filmu
Informacje a autorce

KRAKÓW

edk

Tośka denerwuje
Nie denerwuj Tośka!

ZiKiT

godz. 15:30

Dziś
w Dolinie
Maminków



DLACZEGO NIKT
MNIE
NIE LUBI?



pewnym dysonansem okazała się dostępność notatek seniorów dla młodych badaczy (jak wspomniałam, udostępniane były ze-społowi na blogu), podczas gdy seniorzy nie korzystali z bloga, nie mieli więc okazji przeczytać narracji młodych badaczy. Ze względu na bardziej zindywidualizowany sposób dostarczania raportów (w pisanych ręcznie dziennikach oraz mailach) notatki seniorów nie były upubliczniane w tej grupie.

Tym, na co większość badaczy zwracała (część z pewnym niepokojem) uwagę, jest swoista informacyjna klęska urodzaju. W powodzi zaproszeń, informacji, linków, ulotek, plakatów, recenzji i poleceń niezwykle trudno jest się poruszać, odnajdywać te treści, które warte są czasu, energii i nierzadko pieniędzy użytkowników miejskiej kultury. Pośród owej gęstej sieci informacyjnych przepływów pojawiają się wyspy, a raczej swoiste zagęszczenia, które miejskie dane filtrują, selekcjonują i posyłają dalej.

FACEBOOK

Badacze z obydwu grup intensywnie wskazywali na nowe media, przede wszystkim internet, jako źródło informacji o ofercie kulturalnej i towarzyskiej w mieście. Pojawiały się adresy konkretnych

witryn w sieci dedykowanych dystrybucji informacji o wydarzeniach w Krakowie, strony instytucji kulturalnych, jak muzea i galerie. Obydwie grupy wskazywały także na rolę newsletterów, chociaż podczas gdy starsi uczestnicy podnosili kwestię wygody w dostępności do takiej informacji, młodszy użytkownicy kilkakrotnie podkreślili wiarygodność newsletterów przesyłanych przez instytucje obdarzone zaufaniem. Zgodnie z naszą intuicją, kolosalne znaczenie w obiegu informacji o kulturalnych (i nie tylko) wydarzeniach w mieście (i nie tylko) ma Facebook. Wskazują na niego zarówno wszyscy młodzi uczestnicy projektu, jak i ci seniorzy, którzy korzystają z tej platformy. Co interesujące – choć trudno uznać to za wzorzec praktyk poszukiwania informacji – młodzi badacze, deklarując *explicite* źródła informacji o wydarzeniach w mieście, wskazują na Facebook jako jedno z głównych lub wręcz najistotniejsze źródło informacji, nie jest regułą, że informacje tam znalezione traktują priorytetowo.

Jeden z badaczy – wymieniając źródła danych o wydarzeniach kulturalnych, z których najczęściej korzysta – na pierwszej pozycji stawia przekazy bezpośrednie, ale kolejne trzy zajmują różne kanały Facebooka:

1. Przekaz ustny od znajomych i rodziny
2. Informacja zamieszczona na swoich „ścianach” na Facebooku
3. Wiadomości prywatne wysyłane przez Facebook
4. Zaproszenia na wydarzenia na Facebooku
5. Plakaty umieszczone na ścianach, tablicach i słupach w: Collegium Broscianum, kawiarniach i knajpach, jakie odwiedzałem, oraz ulicach, przez które przechodziłem
6. SMS-y i telefony od znajomych
7. Komunikator internetowy: Gadu-Gadu
8. Prasa: „Gazeta Wyborcza”
9. Pośrednim źródłem informacji było Radio Kraków, od którego mój tata otrzymał zaproszenia na kilka koncertów. Dzięki temu, że słucha tej stacji w pracy, wykazywał się re-fleksem, gdy ogłaszano rozdawanie biletów
10. (...) elektroniczne listy dyskusyjne (PD1-M_4M_Krowodrza).

Jednocześnie zaznacza stosunkowo niską relewantność facebookowych źródeł:

Hierarchia postrzegania źródeł informacji pod względem istotności i czasu poświęcanego na przyswajanie danych:

1. Przekaz ustny od znajomych i rodziny
2. Przekaz telefoniczny od znajomych i rodziny, wiadomości na komunikatorze Gadu-Gadu
3. Listy dyskusyjne i poczta elektroniczna

4. Plakaty
5. Informacje zawarte w prywatnych wiadomościach na Facebooku
6. Informacje zawarte na „ścianie” znajomych na Facebooku i zaproszenia na wydarzenia wysłane poprzez ten portal społecznościowy
7. Prasa i inne źródła (PD1-M_4M_Krowodrza).

Inna badaczka pisze:

Wielu informacji dostarcza mi Facebook. Właściwie Facebook jest dla mnie przede wszystkim źródłem informacji o wydarzeniach i inicjatywach. W „znajomych” bądź „lajkach” mam instytucje kulturalne, które publikują informacje o tworzonych przez siebie wydarzeniach (...). Do tego dochodzą znajomi „z krwi i kości”, publikujący na Facebooku informacje o wydarzeniach, które organizują albo w których zamierzają uczestniczyć (NT6-M_9K_Stare Miasto).

Ale zaraz potem dodaje:

Oprócz źródeł wirtualnych o interesujących mnie wydarzeniach i inicjatywach dowiaduję się często z plakatów, które mijam gdzieś na mieście, oraz ulotek dostrzeżonych „w chwilach nudy” w barach i klubach. Często te właśnie informacje lepiej zapamiętuję (i wykorzystuję), niż te, o których dowiaduję się z internetu (NT6-M_9K_Stare Miasto).

Jednocześnie seniorka, która wykazuje bardzo dużą kompetencję technologiczną i wydatnie korzysta z internetu, w swojej hierarchii źródeł wysoko pozycjonuje właśnie sieć, nie zaś (jak można byłoby się spodziewać) bezpośrednie kontakty międzyludzkie:

1. Internet (Magiczny Kraków; repertuar kin, teatrów, filharmonii)
2. Facebook
3. Miejskie punkty informacyjne (informacja papierowa – foldery, mapki, plakaty)
4. Dom Kultury Podgórze (stały miesięczny program imprez Domu Kultury)
5. Znajomi mieszkający w Starym Podgórzu w pobliżu Domu Kultury, ale też czerpią informację z Radia Kraków
6. Foldery w muzeach (MN wyklada foldery dotyczące wystaw, wydarzeń w jego oddziałach)
7. Telewizja Kraków (Kronika Krakowa, Kronika Kulturalna) daje informację, która podlega jeszcze rozszerzeniu w internecie (PD1-S_10K_Stare Podgórze).

Podsumowuje:

Głównym źródłem zaspokajania moich zainteresowań jest internet, w dalszej kolejności telewizja (PD1-S_10K_Stare Podgórze).

Umiejętności badaczki z całą pewnością nie są charakterystyczne dla jej rówieśników. Jak wspomina inna seniorek:

Coraz więcej spraw i informacji można załatwić czy znaleźć w internecie. Jest on dla wielu seniorów niedostępny z powodów albo awersji do nowych spraw (ja tego nie potrafię i na stare lata nie będę się uczyć), albo znowu z powodów czysto materialnych – zakup komputera i miesięczne opłaty (PD-S_1K_Kazimierz).

Jak się okazało w czasie spotkań z seniorami, barierą w dostępie do nowych mediów jest nie tylko brak kompetencji czy chęci, ale i brak dostępu do sprzętu, który jest zawłaszczany przez młodsze pokolenie. Dlatego też zapewne organizatorzy wydarzeń kulturalnych z pewną nieufnością podchodzą do nowych mediów jako kanału komunikacji z osobami starszymi:

(...) wiadomo Facebook, ale Facebookiem nie dotrzemy do osób 60 plus, chociaż czemu nie, pewnie też się tak zdarza... (MS_FGI_1)

Otóż zdarza się, co dla organizatorów niejednokrotnie jest pewnym zaskoczeniem:

Ostatnio zauważyłam, że grupa seniorów zaczyna korzystać gromadnie z internetu. Nie

przekonałabym się o tym materialnie, że tak powiem, gdyby nie to, że w poniedziałek miałam wycieczkę dla seniorów, która została przeniesiona z wtorku. Ponieważ były wakacje, nie miałam jak ich poinformować. Proszę sobie wyobrazić, że oni przyszli na tę wycieczkę (...) w dobrym terminie. Oni to wyczytali w internecie, co więcej, jedna Pani się nie doczytała, bo nie ma internetu, i zadzwoniła do mnie, żeby mi to powiedzieć, że ona wie, bo wszyscy do niej dzwonili, że jest wycieczka przeniesiona (IW_FGI_1).

W notatkach seniorów aktywności związane z nowymi mediami pojawiają się wcale nie tak rzadko, jak można by sądzić. Wyszukują oni w internecie informacje o wydarzeniach i artystach, których spotkali lub których mają zamiar spotkać offline:

Próbowałam dowiedzieć się czegoś o wykonawczyni koncertu Pani Joannie Owczarek – wszystkie informacje w internecie wskazują na to, że jest ona studentką gdańskiej uczelni muzycznej. Nie sposób sprawdzić (NT7-S_10K_Stare Podgórze).

Kontaktują się ze znajomymi, planując wspólne wyjścia:

Drogą internetową znajomi przekazali nam zaproszenie na spacer po Wiśle tramwajem wodnym do Tyrca (NT2-S_7K_Kurdwanów).

Planują własne trasy kulturalne po mieście:

Surfuję po internecie w celu „złowienia” informacji o wydarzeniach kulturalnych w Krakowie w najbliższym czasie (NT2-S_10K_Stare Podgórze).

Wreszcie przebywają w sieci dla przyjemności, w ramach spędzania czasu wolnego. Jak napisała jedna z seniorek:

Po południu rezerwowałam czas dla siebie. Biblioteka – komputery, czytelnia (NT1-S_2K_Stare Miasto),

wpisując aktywność sieciową w kategorię „czasu dla siebie”.

Facebook, który jest niewątpliwym fenomenem współczesnej kultury medialnej i nie do końca jeszcze odkrytą ziemią obiecaną marketingowców oraz specjalistów od PR-u, doczekał się także swoistej złej sławy. W dyskursie publicystycznym i popularnym jak w soczewce skupia się w nim całe zło ilościowego paradygmatu mediów społecznościowych oraz cyfrowego, rozbuchanego kreowania tożsamości użytkowników. „Klikalność” oraz liczba odtworzeń jako miernik popularności cyfrowych fenomenów, liczba znajomych, przynależność do licznych i pieczołowicie

wybieranych grup są głównym i łatwym polem krytyki sieciowych platform. Jeśli jednak przyjrzeć się faktycznym praktykom użytkowników oraz motywacjom i znaczeniom, jakie im przypisują, facebookowe aktywności i wybory przestają się jawić w wygodnych czarno-białych barwach cyfrowego dualizmu, podziału na prawdziwą rzeczywistość, w której uczestniczy się ciałem i „naprawdę”, oraz internetowe, zwodnicze uczestnictwo, dzięki któremu można się grać w ciepłe emitowanym przez prestiżowe inicjatywy i wydarzenia.

Fenomenem, który w naszym projekcie wybrzmiał szczególnie interesująco, jest deklarowanie uczestnictwa w ogłaszanych na Facebooku wydarzeniach, nieprzekładające się – ku konsternacji organizatorów owych wydarzeń – na uczestnictwo „faktyczne”.

Zaskoczenie, rozczarowanie, a nawet gorzycz organizatorów streścić może wypowiedź z wywiadu fokusowego z organizatorami życia kulturalnego w Krakowie:

Facebook kłamie, to jest też udowodnione. Dawniej dzieliłem to na 50%, teraz na 25%. Robię wydarzenie, jest 60 osób, przychodzi 20. Pamiętacie, było takie wydarzenie, że chcieli zamknąć antykwiariat na Tomasza. Tam było 40 tys. ludzi, tyle dołączyło, powinno się pojawić w tym dniu

40 tys. na Tomasza, pojawiło się ze 120. I potem był komentarz, że ludzie fejsbookowi zapomnieli o rzeczywistości i nie rozumieją znaczenia słowa „dołączyć”, że będę uczestniczył (SZ_FGI_1).

Problemem w tym kontekście wydaje się brak przekładalności praktyk użytkowników potencjalnych uczestników wydarzenia na praktyki jego organizatorów oraz całkowicie rozmiągające się oczekiwania wobec narzędzia, jakim jest Facebook. Faktycznie, jeśli dołączenie do facebookowego wydarzenia uznać za deklarację uczestnictwa offline, to niepojawienie się na nim może być postrzegane jako niewywiązanie się z obietnicy czy nawet jako kłamstwo (które, jak widać, przypisywane jest nie tyle „niesłownym” użytkownikom, ile całej platformie). Facebookowe deklaracje (czy przez dołączanie do wydarzeń, czy „lajkowanie” ich) zupełnie co innego jednak znaczą dla facebookowiczów.

Deklarowanie uczestnictwa i sympatii w środowisku Facebooka może być bowiem wyrazem lojalności wobec organizatorów:

Przez grzeczność i z poczucia obowiązku pracowniczego zaznaczyłem „maybe” na koncercie Massolitowym, aby pojawił się w feedzie znajomych, nie planowałem jednak się wybrać (TR5-M_10M_Dębniaki),

Zespoły, również artystów operom. Ceny
wzrosły od 25 zł - 40 zł. Także nie tak tanio
Ale można czasem pośredniczyć przy herbacie.
Występy są na wolnym powietrzu. Taki kopas
może stać towarzysząc postaci nie ze względu. i
pośledzić muzyki. Przydarzało to nam
się czasem.

Ma też tam fanek Raula Kwaków i
słucham występuch opłosem.

Kupuję gazeta Wyborca i zawsze sprawdzam
opłosem kulturalne w. piątek, sobotę i
niedziłę.

Swoimi spostrzeżeniami co, gdzie, kiedy
obieżę się z kolegami, siostrą, sąsiadką
i czasem w pracy.

29 VI 20012 /piątek/

Pani Baranśka w Radio Kwaków
informuje ze rusza „Setnie Scene Piosenki
Kwaków” 2012.

Pochwiliłam się oczywiście tej wiadomości z
siostrą i kolegami.

Na koncerty chodzący 3 wok. Zawsze
odbywały się w niedzielę o godz 10⁰⁰ teraz
będą o godz. 18⁰⁰.

W ramach konkursu radiowego Megafon 2012
zostają wyłonione 3 zespoły, które dokonytują
opłosem naprędku 1000 godzin w Studio
Napięcia i jest tam tuż koncertowa.
Z zainteresowaniem słucham muzyki
wiodących i ambitnych zespołów.

Dzięki temu gdzie odbywała się występy
jest miłym miejscem do słuchania
muzyki. obok jest restauracja i gdzie

15.VII niedziela.

Pani Baranśka zapowiada koncert u Proko-
Kulów grupy instrumentalnej.
Z Bejkjaviku z Islandii.

Musyketa wzięła się od europejskiej.
Jest to muzyka oświeceniowa brzmienia
z brątem muzyki ludowej, jazzowej
i folku, wokal.

Ten zespół ma cudowny wokal.
Muzyka z potężnymi kępcami ma
tę brzmienie. - musi się bardzo podobać.

Późnie może wokal z którą bytami
koncertu.

Myślę że zwrócić zespół o tym wokal.
Młode zespoły jest, korzystniejsze.

Koncerty są ciekawsze, i bardziej
zorganizowane. Głównie 18⁰⁰ też prakty-
czniejsze. Zmiany na lepsze

18.VII niedziela.

Dostatek w prezencie od córki na 60
urodziny komputer. Piękny prezent.
Pomysł uciec się w wolny chwilek
obstąpić. To to super sprawa.
Bardzo białe. - trochę trochę rąka
ale przyjemny.

Namawiam koleżankę do zakupu, bo
olwici wyprawa do siebie zabija.

Białe emerytów ze złote.

Myślę że wyprawa wolno czasu!
- jest bardzo ważne, przede wszystkim
pool katem psychologicznym.

23.VII niedziela.

Wskazano mi w zgrupowaniu wyjechać na
włochy, mac postanowieniem samopójst
do Muzeum Manghe.

W czwartek teoretyczne miałem wziąć udział w ósmej edycji Pecha Kucha w klubie Literki. Teoretycznie, bo dołączyłem na Facebooku do wydarzenia, na które zostałem zaproszony przez organizatorkę. Dołączyłem raczej dlatego, że czułem, że wypada, wiedząc, że szanse pojawienia się tam są nikłe (NT9- M_2M_Krowodrza);

zasygnalizowaniem zainteresowania i wsparcia dla inicjatywy:

W poniedziałek dodaję do lajków stronę Ozdabiamy Rondo Mogiłskie, którą zauważyłem na fejsie jednego ze znajomych. Nie mam zamiaru się przyłączyć, ale inicjatywa fajna i kilka zdjęć przykuło moją uwagę (TR5-M_10M_Dębniaki);

w końcu praktyką zarządzania informacją oraz czasem:

Żeby news mi nie umknął – zwłaszcza że wiedziałam, iż w ciągu najbliższego tygodnia nie znajdę czasu, by sprawdzić to miejsce – od razu po przeczytaniu felietonu załajkowałam Manufakturę na Facebooku.

(...)

Ją również zaintrygował nowy lokal i podobnie jak ja, by o nim nie zapomnieć, postanowiła go załajkować na Facebooku. Robiąc to, zauważyła moje zdjęcie wśród lubiących to miejsce znajomych. Dlatego właśnie zapytała H., czy ja już tam byłam, nie myśląc – choć przecież sama

zrobiła tak samo! – że polubiłam Manufakturę, by nie zapomnieć do niej pójść... (NT12-M_9K_ Stare Miasto)

Praktyki te i znaczenia, jakie mają dla użytkowników, celnie podsumowuje jedna z badaczek:

Ponieważ kanał informacyjny, którym dotąd doświadczałam tętniącego życiem Krakowa, drastycznie się zawęził, konieczne było zamknięcie wszystkiego, o czym nie sposób pamiętać, w jednym łatwo dostępnym narzędziu. Narzędziu, do którego chcąc nie chcąc zagląda się każdego dnia. Dla mnie takim narzędziem stał się Facebook.

Facebook posiada jednak coś, co pozwala mi efektywniej zarządzać swoim czasem wolnym i skuteczniej wybierać te spośród krakowskich inicjatyw, które mnie interesują – Facebook posiada mechanizm organizowania wydarzeń. Z początku nie podejrzewałam, że stanie się on dla mnie tak nieodzowny.

Oczywiście ta ścisła kontrola możliwa jest tylko przy kameralnych imprezach z zaproszonymi, których znamy. Każda większa otwarta akcja na fb szybko wymyka się spod kontroli. Z kilkudziesięciu „wezmę udział” wyłania się ledwie kilka osób, które faktycznie się pojawiają. Słyszałam, że to modne zaznaczać swoją obecność na pewnych wydarzeniach, że jest to strategia budowania sieciowego

wizerunku, taka sama jak cyniczne dołączanie do fanpage'ów. Patrząc na to, jak bardzo czasem frekwencja rzeczywista różni się od tej facebookowej, nie jest trudno mi w to uwierzyć. Z drugiej strony, każde „wezmę udział” przy publicznym wydarzeniu wyświetla się znajomym takiej osoby – o ileż zwiększa się zasięg akcji, jeśli weźmiemy ten czynnik pod uwagę (PD1- M_8K_Prądnik Czerwony).

Działania takie stają się jeszcze łatwiejsze i bardziej atrakcyjne w dobie mediów mobilnych oraz ich konwergencji:

Dzięki nowej aplikacji mobilnej Facebooka, która pojawiła się na początku września, a ja zainstalowałem ją sobie dzień wcześniej, eventy facebookowe automatycznie zapisują się w kalendarzu telefonu, sprawiając, że doświadczenie Facebooka jest jeszcze bardziej mobilne. Trudno mi powiedzieć, czy nie zacznie mnie to w końcu irytować, na razie jednak taka organizacja kalendarza pomaga w ogarnięciu wydarzeń w przestrzeni miejskiej (TR7-M_10M_Dębniaki).

Zaznaczyć jednak trzeba, że świadomość owych praktyk zaczyna się także pojawiać po stronie organizatorów:

Ale to nie było do końca tak, bo przecież jak zamysłali ARS, to wszyscy dołączyli do wydarzenia, chociaż to wydarzenie na początku miało się nie

odbyć. To jest naprawdę gest wsparcia bardziej, niż faktycznie dołączenie. Myślę, że trzeba mocno brać to (...) pod uwagę. I tak naprawdę my, jak zdobywamy kolejne osoby, które dołączają do naszego wydarzenia, i mamy 500 osób zapisanych na projekcji, to my wiemy, że z tych 500 osób jakieś 200 osób się wybiera. Natomiast mi to bardzo odpowiada, że 500 osób dołączyło, bo wszyscy ich znajomi zobaczyli, że wszyscy ich znajomi się wybierają... (MK_FGI_1)

Świadomość ta wydaje się domeną organizatorów, którzy sami jako użytkownicy stosują facebookowe strategie:

Możemy w ramach mediów społecznościowych informować (...). Przez pierwsze 2 tygodnie w ogóle nie mieliśmy repertuaru ogłoszonego i to nie zmieniało faktu, że tam zapisywało się kilkaset osób na wydarzenie. W zeszłym roku, jak startowaliśmy, to wiedzieliśmy, że nie będziemy drukować żadnych materiałów ze względu na brak pieniędzy. Bo tak się składa, że robimy to wszystko bezkosztowo. Wiedzieliśmy też, że nie ma po co drukować plakatów, nie mogąc ogłosić repertuaru. Więc wiedzieliśmy, że będziemy startować z Facebooka i to będzie naszym głównym kanałem, tak też wszystko było zaplanowane (...). Facebook nam pokazał, że sam nam zrobi promocję i przyjdą ludzie zainteresowani tym wydarzeniem (...) okazało

się, że znacznie łatwiej jest nam ogarnąć tę promocję i docieranie do ludzi tylko przez Facebook (MK_FGI_1).

Otwarte pozostaje w świetle zebranych w czasie projektu danych pytanie, czy takie działania mają korzystny wpływ na praktyki kulturowe, czy wręcz przeciwnie. Z punktu widzenia organizatorów przedsięwzięć:

Klikanie „Lubię to” czy wybieranie się na wydarzenie to wspieranie... trochę... to w przypadku tych imprez, o których mówimy, nie ma znaczenia, trochę koncert jest dla mnie wartości i ja na niego, czy film, pójdę albo nie pójdę, i to ja tracę, kiedy nie pójdę. Natomiast są sytuacje, w których jest jakaś idea, ludzie... wydaje im się, że oni już to wsparli, że już tam byli... Już to załatwili. Więc uczestnictwo w kulturze w pewnym sensie już trochę na tym traci... No ale to wielki paradoks kampanii internetowych wszystkich społecznych, tak samo jest (PK_MK_FGI_1).

Uczestnicy projektu także zdają się ów paradoks dostrzegać, choć nie postrzegają go w kategoriach negatywnych czy w ogóle w jakikolwiek sposób wartościujących. Oto jak o swoim wirtualnym uczestnictwie w ArtBoombie pisze jedna z badaczek:

Myślę, że mogę uznać, iż uczestniczyłam w tym festiwalu, choć w żadnym wydarzeniu nie brałam udziału. Jednak jeszcze przed jego rozpoczęciem dość wnikliwie przestudiowałam stronę ArtBoomu, a w jego trakcie byłam systematycznie zasypywana facebookowymi zaproszeniami na poszczególne eventy. W odróżnieniu od tego, jak na takie spamowanie reaguję zazwyczaj (...), w tym wypadku wszystkie zaproszenia czytałam. Zresztą z zalem, uwiązana do biurka, komputera i pracy magisterskiej. A jako że wcale mi się już nie chciało pisać, oglądałam też wszystkie publikowane na Facebooku albumy ze zdjęciami z festiwalowych eventów. W taki właśnie sposób „uczestniczyłam” w projekcie kinoreaktywacja Artura Wabika i Rafała Stanowskiego, który na chwilę wskrzeszał nie działające już w Krakowie kina.

Tak samo również „wzięłam udział” w projekcie Pudło Kolektywu RoboczoGodzina. Na ten ostatni zwróciłam uwagę dzięki zaproszeniu z Facebooka. Przeglądając stronę festiwalu, nie wydał mi się on bowiem interesujący, natomiast zdjęcia opublikowane po jego zakończeniu wciągnęły mnie (NT4-M_9K_Stare Miasto).

Owo wirtualne uczestnictwo wydaje się znaczącym przykładem przekraczania cyfrowego dualizmu przez użytkowników kultury, których kilka stron wcześniej nazwałam cyfrowymi tubylcami, *born digital*. Autorka przytoczonej wyżej relacji wprawdzie



Koralowa promocja Małopolski

Opowiedzcie cioci i koledze

• Turcja promuje oko proroka, Rosja matryoszkę, a Małopolskę czerwone koraliki. Przyjętą na turystów ma być sznur gigantycznych kulek, w których kryją się największe atrakcje regionu. W środę przyozdobili fragment Sukiennic, ale niedzielną reklamę będzie można oglądać również w Warszawie i Krynicy. Póź-

niej ruszy na podbój Europy. - Czerwone koraliki już od dwóch lat konsekwentnie promują Małopolskę, ale głównie poza granicami kraju. Teraz zależy nam, by Małopolanie wiedzieli, jaki jest symbol regionu, by powiedzieć o nim cioci z Pomorza czy koledze z Włoch - mówi Artur Żytkowski z Agencji Promocji

Miast i Regionów, pomysłodawca koralowej reklamy Małopolski. To dlatego sznur gigantycznych kulek będzie przez najbliższy tydzień ozdabiał Rynek Główny. Wewnątrz kul można oglądać trójwymiarowe zdjęcia przedstawiające to, czym Małopolska może się pochwalić przed turystami. • **osa**

Zainteresowanie dość duże, ludzie chętnie oglądali.

Barolito dobry pany si i podobat się nam. Myśla że warto pokazać o turystę podskupio i zapracowanego.

Kolor, nie lwaś koraliki - przypięte wózek Baroko dobre relacje. Opowiedziałem

moim sąsiadom że warto wybrać się do Rybku. Moja koleżanka była już po raz drugi.

z żalem, „uwiązana do biurka”, ale jednak bierze udział w wydarzeniu, które, ze względu na obowiązki, bez nowomiedialnych platform musiałaby opuścić. Pytanie, czy uczestniczyła naprawdę, wydaje się w tym kontekście nie do końca zasadne, a samą kategorię uczestnictwa należy przestać postrzegać w kategoriach zerojedynkowych, bazujących na kryterium fizycznej obecności. Być może jest ono tak samo bezzasadne jak pytania o to, czy wiadomość wysłana mailem, a nie pocztą, została „prawdziwie” wysłana, bądź też czy deklaracja podatkowa wypełniona online jest mniej prawdziwa niż ta złożona osobiście w urzędzie.

Co interesujące, w wirtualnym uczestnictwie młodzi użytkownicy nie są wcale osamotnieni. W jednym z wpisów badacza seniora można znaleźć opis sytuacji nieco innej, jednak odnoszącej się do bardzo podobnej z ducha praktyki:

Na zakończenie 17. Letniego Festiwalu Jazzowego dzisiaj występuje Richard Bona z Mandekan Cubano w Kijów Centrum przy Al. Krasińskiego. Na koncert nie idziemy, natomiast słuchamy nagrań tego zespołu znalezionych w internecie (NT5-S_11M_Stare Podgórze).

Pomimo rozchodzenia się oczekiwań i upodobań organizatorów wydarzeń

kulturalnych oraz ich zalogowanych na Facebooku uczestników, istnieje pewien wątek, w którym intuicje organizatorów wydają się trafione:

To jest tak, że puszczasz informacje na Facebook, zapraszasz swoich znajomych, traktujesz to dosyć personalnie, o, zapraszam kogoś. Ale ta osoba już nie do końca – dopóki do niej nie zadzwonię czy nie wyślę maila „przyjdź, robimy to i to”, to ona w tym natłoku informacji o tym by się nie dowiedziała (MS_FGI_1).

Narracje części badaczy potwierdzają to przekonanie:

Na koncert zostałem zaproszony prywatnie, jeszcze długo zanim pojawił się event na Facebooku, a takie zaproszenia zawsze mają większą wartość (TR5-M_10M_Dębniaki);

Tego dnia ominąłem też imprezę urodzinową chłopaka mojej siostry, do której zostałem zaproszony przez event fejsbukowy. Mimo że urodziny reklamowe w takiej formie nie są jakimś novum, zawsze jednak mam poczucie jakiejś nieodpowiedniości i zwykle szybko zapominam o takich zaproszeniach (TR5-M_10M_Dębniaki);

Podczas przeglądania zaproszeń na wydarzenia na Facebooku szczególną uwagę zwracam na to, kto wysłał mi zaproszenie na wydarzenie. Jeśli

była to osoba, którą znam i z którą mam dosyć regularny kontakt, to bardziej skory byłem do przyjęcia zaproszenia (PD1-M_4M_Krowodrza).

Owo napięcie między informacją uzyskaną bezpośrednio w rozmowie a zapośredniczoną w sieciowej aplikacji, prywatnie czy przez zbiorowe maile i zaproszenia, uzyskaną od bliższych bądź dalszych znajomych, wskazuje na to, że proste rozróżnienie pomiędzy online i offline nie wystarcza w opisie współczesnej rzeczywistości komunikacyjnej. Podział na to, co wiarygodne i zmyślane, ważne i błahe, całkowicie przekracza takie proste, binarne opozycje. Nie dziwi w tym kontekście, że uczestnicy miejskich przepływów, których offline'owe być albo nie być zależy od fizycznego uczestnictwa, dublują kanały komunikacji i działają – wydawać by się mogło – redundantnie, przez co (pozornie) całkowicie nieekonomicznie. Celem takich działań jest jednak pokrycie jak największego spektrum użytkowniczych praktyk oraz wartości przypisywanych informacji:

*Wywiesiliśmy tablicę na zewnątrz klubu i piszemy kilka eventów do przodu.
I robimy zdjęcie na Facebook.
Robię zdjęcia telefonem. Dwie tablice. I puszcza ją się w obieg... (SZ_MP_FGI_1)*

Szczególnie w sektorze usługowym organizatorzy stają przed trudnymi wyborami:

*– Generalnie ja się też wkurzam na siebie, czasem zamiast siedzieć i poznawać ludzi, którzy po raz pierwszy są w klubie, to ja siedzę i...
– Updejtujesz.
– Tak, przed tym laptopem jak nie powiem kto i tracę 3–4 godziny dziennie, bo to trzeba ogarnąć i stronę internetową przy okazji, i Facebook. A widzę, że np. ktoś wchodzi i wychodzi, i wiem, że to jest błąd, ale z drugiej strony zdaję sobie też sprawę, że bez tego byłoby trudno, na pewno (MP_SZ_FGI_1).*

Podtrzymywanie kontaktów, dbanie o relacje z klientami musi dziś odbywać się przez wiele kanałów informacyjnych – ten online nie jest wystarczający. Rezygnacja z informacji zamieszczanej w przestrzeni miasta (plakaty, ulotki) – zważywszy na to, jak często pojawiają się one w notkach – byłaby posunięciem błędnym.

WĘZŁY W PRZESTRZENI

Ciekawym wątkiem, który regularnie pojawiał się w wypowiedziach badaczy oraz podczas wywiadów fokusowych, jest sprzężenie informacyjnej tkanki miasta z siecią transportową – i nie chodzi tu jedynie o telewizję emitowaną w komu-

nikacji miejskiej czy plakaty umieszczane na przystankach.

Seniorzy poproszeni o wskazanie fizycznych miejsc w mieście, gdzie znajdują informacje o tym, dokąd pójść, co zobaczyć, w pierwszej kolejności wymieniali „okrągłaki” czy kioski lokalizowane w pobliżu przystanków lub na trasach komunikacji miejskiej:

Dużo patrzę na te słupy takie stare, okrągłe na osiedlach. Co tydzień dochodzą tam nowe informacje i korzystam z tego (O11_FGI_2).

– Jadąc tramwajem do pracy i z pracy (...). Na słupach ogłoszeniowych, jak duże, jak czytelne, to wiem, że wtedy...

– To znaczy na billboardach?

– Nie, nie.

– Na okrągłakach.

– Na okrągłakach, bo tych najwięcej (...). Przy przystankach i po drodze, jak jakiś afisz, coś ciekawego przeczytam, a potem szukam dalej, coś jeszcze bliżej, jak nie doczytam. Nie zawsze wszystko widzę z tramwaju.

- I to jest dobrze prowadzone, ponieważ wymieniają, rzeczywiście nie wisi to miesiacami. Aktualne są. Przy przystankach, jak się wsiada, czeka, to to jest bardzo dobre (EK_PK_HK_AS_FGI_3).

Okazją do szczególnie intensywnego poszukiwania informacji staje się nudne oczekiwanie na tramwaj lub znajomych. Na taką praktykę wskazywali także młodzi badacze, szczególnie w odniesieniu do konkretnego punktu przesiadkowego, będącego jednocześnie punktem spotkań i początkiem miejskich spacerów dla wielu krakowian:

Z S. i O. byłem umówiony pod Teatrem Bagatela, gdzie zaczynaliśmy swoją wędrówkę. Czekając na nie, znów przyglądałem się plakatom teatru (tam chyba każdy z nudów przygląda się tym plakatom), jednak od ostatniego razu nic się tam nie zmieniło (TR6-M_3M_Płaszów Mały).

Na marginesie warto przytoczyć jeden z wpisów, który trafnie oddaje znaczenie tego miejsca w przestrzeni (kulturalnej i fizycznej) miasta:

Teatr Bagatela (...) denotuje raczej miejsce spotkań niż instytucję, która mieści się wewnątrz budynku (PD-M_11M_Łagiewniki).

„Okrągłaki” z zawieszonymi na nich afiszami są silnym informacyjnie punktem miasta wskazywanym przez seniorów, ale praktyka kolekcjonowania ulotek nie ma już granic wiekowych i jest wskazywana przez wszystkich uczestników naszych badań, chociaż

Na ogółno dostępne w gazetach
np. w Gazecie Wyborczej i w audycjach
w Radio Kraków, którego ja słucham
codziennie. Z informacji również skorzysta
znajomych o innych audycjach naszej
stacji!

Lekcja Śpiewania

W niedzielę 5 sierpnia (godz. 19) na
Małym Rynku odbędzie się kolejna
Lekcja Śpiewania. Temat: wymarsz
Pierwszej Kompanii Kadrowej. Za-
brzmia historyczne pieśni i piosenki
tamtych czasów: „Kadrówka”, „My,
Pierwsza Brygada”, „Przybyli ulani”,
„Hej, hej, ulani” czy „Stoi ulan na wi-
decie”.

Jak zwykle na chętnych do wspólnego
śpiewania będą czekały śpiewniki
z tekstami pieśni.

OPR. RPK

Muzyczne wieści

... Sokół Orkestar na Letniej Scenie Radia Kraków

W niedzielę 5 sierpnia (godz. 18) na
Letniej Scenie na dziedzińcu siedziby
Radia Kraków (al. Słowackiego 22)
wystąpi Sokół Orkestar. Wstęp wolny.
„Potężna dawka słowiańskiej energii,
niepowtarzalny styl grania, oryginal-
ny repertuar oraz wirtuozeria,
a wszystko to uderza z piorunującą si-
łą instrumentów dętych blaszanych”
– zapewniają organizatorzy. „Na re-
pertuar zespołu Sokół Orkestar skła-
dają się zarówno utwory pełne nieo-
kreszonej bałkańskiej energii, autor-
skie, jak i te znane publiczności z pły-
ty „Kayah i Bregović” – melodie z te-
renów Polski w zaskakujących aranża-
cjach oraz pełne ciekawych historii
piosenki zapadające słuchaczom głą-
boko w pamięć. Materiał wykonany
jest częściowo z użyciem sampli in-
strumentów dętych blaszanych, na-
grywanych w całości przez Przemysła
wa Sokola”.

To właśnie ten ceniony trębacz mul-
tiinstrumentalista jest liderem grupy.
Idea jego orkiestry jest „uchwycenie
ogólnosłowiańskiego temperamentu
oraz sposobu odczuwania muzyki
i związanych z nią emocji”.
Transmisja fragmentów koncertu na
antenie Radia Kraków i na www.radiokrakow.pl.

...

RADIO
KRAKÓW
Małopolska



5 sierpnia, godz. 18.00

Sokół Orkestar

Autorski projekt Przemysła
Sokola: trębacz, aranżera,
kompozytora, znanego m.in.
ze współpracy z Renatą
Przemyską, Maciejem
Maleńczukiem, Agnieszką
Chrzanowską, Bakshishem.
Orkiestra Sokola powstała
z fascynacji tradycyjną muzyką
Bałkanów oraz z chęci
wspólnego grania w gronie
dobrych przyjaciół. Ten koncert
zapewne połączy miłośników
folku, rocka, punk rocka,
melancholików, ekspresyjnych
tancerzy, tak jak łączy ich
słowiańska dusza. Debiutancka
płyta Sokół Orkestar Slavic Soul
ukazała się w czerwcu 2011r.
Znalazła się na niej m.in.
piosenka Kochaj, niczego nie
chcę z udziałem Renaty
Przemyskiej, która świetnie nadała
sobie na listach przebojów.

12

Będzie u domu Stuchatam II gm
gramu radia - nadawano fug
i Symfonie Szymanowskiego
wykonane przez Giergię i inform
o dobrych recenzjach w Edynbur
z obywatelom tam festiwalu ^{na temat polskich, utw}
W Kłodowej odbył się festiwal ^{wierszy i literatury}
Mominsski z udziałem ^{rodaków}
Nadawano również wspaniałe
koncert Chopina - "marsz żałobny"
Przypominał mi sobie ten utwór ¹⁹³³
kiedy po śmierci Józefa Piłsudskiego
w gimnazjum deklamował mi
przy akompaniamencie w/w marsz
Dom opustoszał - pustka naga - z okie
łot żal i smutek - a daleko po

źródła pozyskiwania druków ulotnych różnią się w zależności od kategorii wiekowej. Związane jest to przede wszystkim z profilem miejsc odwiedzanych przez seniorów i młodych mieszkańców Krakowa.

Młodzi wskazują przede wszystkim na kluby i kawiarnie jako źródło pozyskiwania ulotek. W lokalach tych ulotki (i plakaty) lokowane są w strategicznych miejscach – jednym z nich jest toaleta lub jej poblże, na co wskazują bywalcy:

Skoro już mowa o plakatach, to na drzwiach toalety od środka widniał plakat innej imprezy – Dni Świeckości. Niestety nie zrobiłam foto swoim aparatem, bo było za ciemno (...). M. zachęcona moją opowieścią idzie do toalety obadać inne dyskusje na plakacie (TR6-M_12K_Łagiewniki).

Co warte skomentowania, to miejsce w Bombie, w jakim są ulotki. Najprawdopodobniej tylko dlatego zwróciłem wtedy uwagę na ulotkę LTK (i często zwracam uwagę na inne), że dostrzegłem ją w kolejce do ubikacji. Świetne, strategiczne położenie ulotek (i plakatów także – słup ogłoszeniowy w Bombie stoi tuż przed drzwiami do ubikacji) (NT5- M_2M_Krowodrza).

Te same miejsca w obrębie klubu wskazują osoby promujące za pomocą ulotek i plakatów swoje własne inicjatywy, choć

ta lokalizacja jest dla nich jednak mniej pożądana niż inne:

...zostawiam plakat. Niestety – tutaj zostaje mi tylko przyklejenie go w toalecie (...). W Spokoju natomiast nie znajduję miejsca ani na tablicy korkowej, ani nawet na drzwiach toalety, w zamian za to przeglądam ciekawe ogłoszenia z ostatnich spotkań w ramach cyklu „Po kapitalizmie” (TR5-M_1M_Stare Podgórze);

No i plakat. Stary dobry plakat. Coś musi w klubie wisieć. Nawet w kolejce do ubikacji ludzie oglądają sobie po ścianach... (GDI_1).

Ulotki, dzięki swojemu mobilnemu charakterowi i łatwości transportu, są chętnie zabierane przez użytkowników jako środek na zapamiętywanie. Mają przypominać o wydarzeniach i inicjatywach, chociaż paradoksalnie często tak nie jest:

zabieram ulotkę o jakimś projekcie (tradycyjnie – ląduje w torbie i o niej zapominam) (TR8- M_2M_Krowodrza).

Praktyka zbierania ulotek, by nie zapomnieć, by coś nie umknęło, może także nosić znamiona kolekcjonerstwa. Obserwować mogliśmy to szczególnie w przypadku seniorów, gdy przynosili na

spotkania i pokazywali nam swoje zbiory. Ulotki, prospekty i inne druki ulotne niejednokrotnie pełnią funkcję pamiątki z odwiedzonego miejsca, która jest skrupulatnie przechowywana w prywatnych zbiorach. Co ciekawe, na podobną kolekcjonerską praktykę zwróciła uwagę jedna z młodych badaczek – tym razem motywy miały jednak charakter nie tyle sentymentalny, ile estetyczny:

*zawsze zabieram Poka Poka i inne ulotki,
a obrazki, które najbardziej mi się podobają,
przyklejam do ściany w kuchni (NT1- M_7K_
Zwierzyniec).*

INSTYTUCJE KULTURALNE

Istotnymi przestrzennymi węzłami informacji kulturalnej są instytucje kulturalne oraz centra informacji, chociaż korzystanie z tych ostatnich deklarowali wyłącznie seniorzy. Uczestnictwo w wydarzeniach organizowanych przez konkretną instytucję (muzeum, galerię, filharmonię) dzięki jej praktykom informacyjnym może wyrabiać w odwiedzających rodzaj nawyku, a lojalnym bywalcom pozwala wpisać przyszłe wydarzenia w swój indywidualny kalendarz. Co jednak istotne, instytucje kultury nie tylko gwarantują sobie przyszłe uczestnic-

two, ale także uruchamiają, najczęściej poprzez wspomniane już druki ulotne, swoistą informacyjno-kulturalną kulę śniegową. Poprzez udostępnianie swojej przestrzeni promocji dla innych podmiotów kultury umieszczają (czujnych) odwiedzających w informacyjnej sieci powiązań, zachęcając ich do kolejnych odwiedzin – nawet jeśli już nie we własnych podwojach.

Szczególnym, nowym wzorem partycypacji w mieście i pewną determinantą miejskich tras (przede wszystkim tych kulinarnych) jest rabatowa Karta na Plus, która upoważnia jej właścicieli oraz – co bardzo istotne – ich znajomych (najczęściej jedną osobę towarzyszącą) do niżkowego korzystania z oferty zsielowanej w niej grupy usługodawców:

Znajoma M. dzień wcześniej, podczas obiadu w Jamie Michalika (Karta na Plus kreuje moje trasy gastronomiczne po Krakowie), zaproponowała wspólne wyjście na punkowy koncert do Kawiarni Naukowej (KN) (TR6-M_12K_łagiewniki).

Karta istotnie wpływa na miejskie trasy, ale także zmienia wzory partycypacji, umożliwiając – dzięki niżkom i rabatom – bywanie w miejscach, które do tej

pory, ze względu na bariery ekonomiczne, nie wchodziły w zakres codziennych czy w ogóle branych pod uwagę adresów:

Dodatkowym pretekstem do poszukiwań stała się zakupiona przeze mnie jakiś czas temu Karta na Plus, która otworzyła mi furtki nieco droższych restauracji, na które wcześniej nie mogłabym sobie pozwolić (M_12K_łagiewniki).

Mnogość oferowanych w ramach karty możliwości z jednej strony tworzy nowe wzory kulinarnych podróży po mieście, wpływając na podejmowane *ad hoc* decyzje w trakcie przemieszczania się po mieście:

Kiedy zmęczeni i głodni wyszliśmy przed Kaufland na Roztworowskiego i postanowiliśmy rozważyć opcje obiadowe. Ja i A. chcieliśmy pospacerować po Ruczaju, korzystając tego, że pogoda była jeszcze dość znośna. E. – hejterka tej dzielnicy – obstawiała przy centrum. Dodatkowym argumentem była Karta na Plus, która mogła być użyta w Easy Riderze, jedynej knajpce w okolicach Kampusu, gdzie można zjeść sensowny obiad (TR8-M_10M_Dębny).

Jednocześnie jednak karta jest główną osią i wyznacznikiem scenariuszy planowanych miejskich tras, bazuje na potrzebie wykorzystywania dostępnych (i opłaconych poprzez wykupienie karty) opcji:

Przygód z Kartą na Plus ciąg dalszy (w końcu muszę ją jakoś wykorzystać, bo leży nietknięta od czasu zakupu). Znajomy S. poruszony „moją historią” stanowczo wybiera Galimatias na Szerokiej (z tego, co się dowiedziałam, brał pod uwagę głównie lokalizację, a potem przyszła kwestia cen za obiad; moglibyśmy iść także do pobliskiego Bombaju, ale to może innym razem i z bardziej zasobnym portfelem) (NT11-M_12K_łagiewniki).

W podobny sposób na miejskie trasy wpływają portale Groupon czy Citeam oferujące internautom zakup usług i towarów po atrakcyjnych, obniżonych cenach. Obydwa portale pojawiają się w notatkach młodych badaczy (choć Groupon jest częstszą opcją):

Mieliśmy ochotę zjeść obiad gdzieś w mieście, więc szukaliśmy odpowiedniego lokalu. Oboje lubimy podobną kuchnię, więc wybór padł na Russian Enso na Karmelickiej (mieliśmy kupione Groupony, więc długo nie musieliśmy się zastanawiać) (TR4-M_11M_łagiewniki).

Co ciekawe, jakkolwiek z perspektywy użytkownika zakupów (którego dokonuje się online) jest jednostkowym wyborem, jednak by można było z oferty skorzystać, musi ją zakupić odpowiednia liczba użytkowników. Portale Groupon i Citeam

MULTIKINO, CINEMA CITY, KINO
POD BARANAMI, CENTRUM
KINOWE ARS, KUJÓW, CENTRUM

Zakochani w Rzymie

Reżyseria: Woody Allen. Występują:
Penelope Cruz, Alec Baldwin, Ellen Page.
Fajny ten nowy Woody, ale... propo-
nuje, żebyśmy dali sobie spokój
z wszystkimi „ale”. Wiadomo, że
każdy kolejny film Allena oddala

To komedia, która przedstawia jak
w kalejdoskopie historie kilku osób
rozgrywające się w jednym z naj-
bardziej urokliwych miast na świe-
cie. Poznajemy kolejno: znanego
amerykańskiego architekta, który
właśnie przeżywa drugą młodość;
przeciętnego mieszkańca Rzymu,
który nieoczekiwanie staje się naj-
większym celebrytą w mieście;
młodą parę z prowincji, uwikłaną
w spłat romantycznych zdarzeń,
oraz amerykańskiego reżysera
operowego, opracowującego kon-
cert pieśni żałobnych.
Film zgłębia temat miłości i seksu
na wiele różnych sposobów – przez
pryzmat narzeczectwa, miesząca
miodowego, różnorodnych aktorów

5.09.2012 - środa

Baroko przyjemny poranek, ponieważ
jestem od dziś na wakacje, z czego się
niezwykle cieszę.

W Radio Kraków, usłyszałam zapowiedź i
zaproszenie „Pool Pompe” na film.

W ramach kina letniego o 20³⁰ ma być
projekcja filmu „Nale z Baskirem” –
produkcji Izraelsko-Meksykańsko-Francuskiej.

Ponieważ interesuje mnie ta tematyka,
więc chętnie posłucham. Koleżanka mi byle
chętna na film o takiej tematyce, posłucham
więc sama.

Cena biletu przystępna 10 zł. Obsługa bardzo
miła, można się napić, zamówić.

Atmosfera bardzo przyjazna – polecam.
Sam film, bardzo specyficzny, historyczny
film z kina niezależnego.

Fabula filmu jak sam tytuł wskazuje dotyczy

(podobnie jak Karta na Plus) z poziomu poszczególnych użytkowników są determinantą indywidualnych wyborów, stając się jednocześnie motorem nowych miejskich zachowań. Ze względu na atrakcyjność proponowanych ofert rozszerzają pewne (najczęściej uznawane za prestiżowe) wzory konsumpcji na grupy, które ze względów ekonomicznych nie mogły sobie na nie pozwolić.

KURATORZY TREŚCI

Kuratorami treści nazwaliśmy roboczo instytucje, których głównym lub pobocznym zadaniem są kulturalne rekomendacje. Zaliczyliśmy do nich przede wszystkim krakowskie media oraz miesięcznik „Karnet”, ale także blogerów i osoby aktywnie przekazujące informacje własnymi kanałami. Instytucje te, takie jak prasa, radio oraz telewizja, pojawiają się najczęściej na poziomie deklaratywnym, szczególnie w laboratoryjnych warunkach wywiadu fokusowego, w którym jednym ze standardowych pytań (zarówno w wywiadach prowadzonych w grupach młodych użytkowników miasta, jak i seniorów) było pytanie o źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych w Krakowie i odbywających się tu warty uwagi inicjatywach. Gdy powoływano się na ofi-

cialne media (a czynili to przede wszystkim seniorzy), najczęściej wymieniano lokalną prasę („Dziennik Polski” i „Gazetę Wyborczą”) oraz Radio Kraków – co interesujące, nie pojawiała się niemal w ogóle Telewizja Kraków. Na poziomie faktycznych, rozgrywających się w codzienności praktyk kulturowych relacjonowanych w narracjach z obserwacji uczestniczącej inspiracje formalnymi, medialnymi obiegami informacji pojawiały jednak się niezwykle rzadko. Na uwagę zasługują kulinarne recenzje Wojciecha Nowickiego, które determinowały wędrówki po mieście naszych badaczy, a jak wskazuje jeden z wpisów, nie tylko ich:

Dostrzegam też duży wpływ kulinarnych recenzji Nowickiego na aktywność moją i moich znajomych. Moja koleżanka z pracy czytywała je regularnie i proponowała coraz to nowe miejsca. Jak wspomniała w rozmowie, którą przeprowadziłyśmy przy okazji powstawania tego tekstu, ma na tyle ograniczone zasoby finansowe, że woli wydać je w miejscu już przez kogoś sprawdzonym i poleconym, niż ryzykować długim oczekiwaniem i kiepskim posiłkiem. W każdym razie, jak twierdzi, po tym jak jakieś miejsce zostanie opisane przez Nowickiego, lepiej przez kilka tygodni tam się nie pojawiać (PD-M_7K_Zwierzyniec).

Wydaje się, że deklarowanie inspiracji oficjalnymi, medialnymi źródłami jest do pewnego stopnia związane z przypisywanym im wysokim prestiżem i wysoką waloryzacją danych uzyskiwanych z instytucjonalnego, a więc pewnego źródła w stosunku do tych, które krążą w obieguach nieformalnych. Jednocześnie jednak wydaje się, że przypisać je można także zaufaniu w profesjonalizację w zakresie selekcji obfitej oferty kulturalnej miasta oraz przekonaniu o wysokich kompetencjach medialnych gatekeeperów informacji kulturalnej. Dlatego też pierwszym i najważniejszym pytaniem do kuratorów treści, których zaprosiliśmy na wywiad fokusowy, było pytanie o redakcyjne strategie doboru treści, które promowane będą na antenie lub łamach (także internetowych) krakowskich mediów.

Istotnym elementem, na który zwracają uwagę kuratorzy, jest problem dotyczący także mieszkańców miasta: nawał informacji:

*Nie chodzi o to, że my robimy to na zasadzie dyrdymałów, tylko też nawał informacji, który przychodzi do działu kulturalnego...
Obieg informacji w dzisiejszych czasach też jest dość mocno utrudniony i wydaje mi się, że większa redakcja (...) i chyba nikt w dużej redakcji nie*

był w stanie wymyślić efektywnego przepływu informacji czy czerpania z różnych źródeł (FGI_5).

Wobec takiego realnego problemu coraz trudniej jest mówić o planowanych strategiach doboru treści, a mechanizmem ich selekcji staje się przypadek:

(...) odnośnie tego, co bardziej czy mniej ekspozujemy, a – i tu się zgodzę z tym, co J. mówi – bardzo często jest to kwestia przypadku (FGI_5);

Dlatego udział chaosu i przypadku staje się coraz większy (FGI_5).

Pojawia się zatem logiczny w tym kontekście wniosek:

To jest poniekąd dość przerażające... (FGI_5)

Na poziomie redakcyjnej codzienności o wyborze konkretnych wydarzeń jako tych, o których redakcja decyduje się wspomnieć – a więc *de facto* promować je – niejednokrotnie decydują zatem czynniki pozamerytoryczne. Czasami są to indywidualne upodobania osoby aktualnie zajmującej się działem kulturalnym, atrakcyjność dołączonych do informacji o wydarzeniu materiałów wizualnych, które zamieszczone przez kuratora wspomogą jego „klikalność”, bądź przeciwnie:

nieodpowiedni format czy uszkodzenie plików z materiałami, co wymusza rezygnację z udostępniania informacji.

Wydaje się także, że wobec urodzaju treści redakcyjni kuratorzy nie tyle sami poszukują informacji, ile usiłują zarządzać tą, która trafia do nich z różnych źródeł:

Wiadomo, że do większości z nas docierają działki PR-u, bo jesteśmy gdzieś tam w sieci, i maile nadchodzą, ale nie umiałabym tego ubrać w jakieś proporcje, myślę, że to wszystko zależy od tego, z czym ma się do czynienia (FGI_1).

Być może ze względu na sprzężenie dwóch zjawisk: ogromnej ilości informacji dostępnych w obiegu nieoficjalnym oraz pewnego zagubienia tradycyjnych kuratorów treści, ci ostatni wydają się nie wpływać w istotny sposób na faktyczne, codzienne praktyki kulturalne badanych przez nas mieszkańców miasta. Być może dlatego też dominującym źródłem wiarygodnej, sprawdzonej informacji kulturalnej są dla nich (dla nas?) znajomi.

ZNAJOMI

Kategoria „znajomego” znacząco zmieniła swój zakres znaczeniowy ze względu na pojawienie się Facebooka i związaną

z nim praktykę dodawania znajomych. Jest ona jednym z głównym argumentów krytyków tej medialnej platformy i traktowana jest jako jaskrawa emanacja ilościowego paradygmatu w mediach społecznościowych. Gromi się dodawanie nieznajomych użytkowników tylko po to, by rozbudować bazę znajomych, czy dodawanie prestiżowych użytkowników, by na tej podstawie budować swój wizerunek i w ten sposób budzić uznanie w swoim kręgu. Takie zabiegi analizuje się także w kontekście podnoszenia swojego kapitału społecznego. Krytyka figury facebookowego znajomego zasadza się zatem na dwóch podstawowych elementach: kolekcjonowaniu znajomych oraz deklarowaniu znajomości w stosunku do osób, których „faktycznie” offline nie znamy. Obydwa przypadki konotują nieszczerść, a wręcz nieprawdziwość facebookowych relacji (oczywiście w binarnej opozycji do prawdziwości „realnych” znajomości). Tymczasem sondaż PEW Research Center¹², przeprowadzony w 2010 roku na próbie 877 użytkowników Facebooka,

12 K. Hampton i in., *Social Networking Sites and Our Lives*, PEW Internet and American Life Project, <http://pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx> (data dostępu: 10.01.2012).

wskazuje, że zaledwie 7% facebookowych znajomych to znajomi nigdy nie spotkani offline, a 3% to znajomi jednokrotnie spotkani poza siecią. Pozostałe 89% znajomych na Facebooku to osoby, które użytkownicy spotkali przynajmniej dwa razy „w realu”. Słowem, badania te wskazują na znaczącą przekładalność siatki „wirtualnych” przyjaciół na „realne” środowisko, z którym użytkownicy wchodzą w regularne, bezpośrednie kontakty.

Niezależnie od tego, czy badacze – zarówno młodzi, jak i seniorzy – piszą o znajomych z Facebooka czy spoza platformy, to właśnie ich rekomendacje są szczególnie wysoko cenione i przede wszystkim decydują o udziale w wydarzeniu czy inicjatywie. Uczestnictwo w kulturze najczęściej jest doświadczeniem kolektywnym, wspólnym ze znajomymi właśnie. To oni zazwyczaj uruchamiają trasy wędrówek po mieście, mobilizują do uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych (i nie tylko).

Co interesujące, kategoria znajomych jest także niezwykle istotną determinantą w medialnym obiegu informacji. Badani przez nas kuratorzy treści zgodnie potwierdzili wypowiedź, która padła w czasie wywiadu fokusowego:

Myślę, że krąg znajomych odgrywa tutaj dużą rolę. Każdy z nas ma jakichś znajomych, którzy, no przynajmniej my tak mamy, podsyłają nam jakieś ciekawe rzeczy, albo sami coś tam robią i proszą nas o wsparcie (FGI_1).

Na dominujące znaczenie znajomych w obiegu informacji kulturalnej w mieście wskazują wszystkie badane przez nas grupy, od indywidualnych badaczy, opowiadających o motywacjach wyboru miejsc, przez kulturalnych przedsiębiorców i aktywistów relacjonujących kanały, którymi docierają do nich użytkownicy (klienci), po media promujące wydarzenia kulturalne.

Nieformalne obiegi treści zdają się dominować nie tylko ilościowo, stanowiąc główne źródło informacji o wydarzeniach kulturalnych. Są także często gwarancją wartościowej informacji, przepracowanej, sprofilowanej i skrojonej na miarę konkretnych użytkowników miasta. Znajomi, ludzie pochodzący z jednego środowiska, mają pewien wspólny mianownik, który pozwala z dużą dozą zaufania traktować wzajemne rekomendacje: to z jednej strony przekładalność perspektyw, a więc wspólne wzory postrzegania rzeczywistości i tego, co ona z sobą niesie, z drugiej zaś wspólnota smaku, a więc wspólne wzory estetycznego przeżywania tego, co nas otacza. W sytu-

acji nadmiaru informacji krąg przyjaciół i znajomych okazuje się najlepiej zdającym egzamin filtrem doboru treści, poświadczanym dodatkowo przez autorytet i prestiż międzyludzkiego doświadczenia – czy to sieciowego, czy offline.

Praktyka oparcia kulturowego uczestnictwa przede wszystkim na kręgu znajomych i przyjaciół, scedowanie na nich zadania selekcji i rekomendacji wydarzeń kulturalnych, zarówno w działaniach off-, jak i online, daje się wpisać w fenomen swoistego informacyjnego prosumeryzmu. Sama kategoria prosumeryzmu nie jest nowa – wprowadził ją w latach 80. XX wieku Alvin Toffler¹³ – jednak nowe (pełne) oblicze ukazała w dobie mediów Web 2.0 i skodyfikowana w formule wiki-nomii przez Dona Tapscotta i Anthony’ego Williamsa¹⁴ stała się użytecznym narzędziem interpretacyjnym współczesnych praktyk wytwarzania i korzystania z dóbr i wiedzy. Figura prosumenta zdaje się doskonale oddawać wzory informacyjnego

poruszania się w mieście zarówno naszych badaczy, jak i respondentów wywiadów fokusowych. Są oni nie tylko konsumentami miejskiej informacji, beneficjentami instytucji oddelegowanych do zarządzania nią. Mieszkańcy Krakowa, z którymi współpracowaliśmy, to przede wszystkim aktywni producenci. Tworzą oni nieformalne, wykorzystujące bezpośrednie, jak również nowomediałne kanały dystrybucji sieci, których węzłami są nie tyle instytucje, ile ludzie – poszczególni użytkownicy miasta.

BIBLIOGRAFIA

Geertz C., *Interpretacja kultur. Wybrane eseje*, przeł. M.M. Piechaczek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005.

Geertz C., *Wiedza lokalna. Dalsze eseje z zakresu antropologii interpretatywnej*, przeł. D. Wolska, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005.

Hampton K. i in., *Social Networking Sites and Our Lives*, PEW Internet and American Life Project, <http://pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx> (data dostępu: 10.01.2012).

Jurgenson N., *Digital Dualism and the Fallacy of Web Objectivity*, 2011 [13 A. Toffler, *Trzecia fala*, przeł. E. Woydyłło, PIW, Warszawa 1997.](http://theso-</p>
</div>
<div data-bbox=)

14 D. Tapscott, A. Williams, *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, przeł. P. Cypryński, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.

cietypages.org/cyborgology/2011/09/13/digital-dualism-and-the-fallacy-of-web-objectivity/ (data dostępu: 10.09.2012).

Jurgenson N., *Digital Dualism versus Augmented Reality*, 2011, <http://thesocietypages.org/cyborgology/2011/02/24/digital-dualism-versus-augmented-reality/> 2011 (data dostępu: 16.08.2012).

Jurgenson N., *Toward Theorizing an Augmented Reality*, 2011, <http://thesocietypages.org/sociologylens/2009/10/05/towards-theorizing-an-augmented-reality/> (data dostępu: 23.09.2012).

Jurgenson N., *When Atoms Meet Bits: Social Media, the Mobile Web and Augmented Revolution*, „Future Internet” 2012, nr 4 (1), s. 83–91.

Kozinets R.V., *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*, Sage, London 2010.

Palfrey J., Gasser U., *Born Digital. Understanding the First Generation of Digital Natives*, Basic Books, New York 2008.

Polanyi M., *Personal Knowledge. Towards a Post-critical Philosophy*, Routledge, London 1974.

Tapscott D., Willims A., *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, przeł. P. Cypryński, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.

Toffler A., *Trzecia fala*, przeł. E. Woydyłło, PIW, Warszawa 1997.

Turkle S., *The Second Self: Computers and the Human Spirit*, MIT Press, Cambridge 2005 (pierwsze wydanie: 1984).

Turkle S., *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, Simon & Schuster, New York 1997.